

Geschäftsbericht 2013

Hier wird gearbeitet

**METRO GROUP**  
ZUM HANDELN GESCHAFFEN.

---

Geschäftsbericht 2013

---

Konzernabschluss der METRO AG

---

**METRO GROUP in Zahlen<sup>1</sup>**

Mio. €	31.12.2011 <sup>2</sup>	31.12.2012	30.9.2012 <sup>3</sup>	30.9.2013	Veränderung in %
<b>Finanzkennzahlen</b>					
Umsatz (netto)	65.926	66.739	47.380	<b>46.321</b>	-2,2
METRO Cash & Carry	31.121	31.636	23.029	<b>22.559</b>	-2,0
Media-Saturn	20.604	20.970	14.322	<b>14.405</b>	0,6
Real	11.032	11.017	7.912	<b>7.261</b>	-8,2
Galeria Kaufhof	3.119	3.092	2.096	<b>2.086</b>	-0,5
Sonstige	50	24	21	<b>10</b>	-50,3
EBITDA	3.429	3.017 <sup>4</sup>	1.542 <sup>4</sup>	<b>1.657</b>	7,5
EBITDA vor Sonderfaktoren <sup>5</sup>	3.651	3.296 <sup>4</sup>	1.669 <sup>4</sup>	<b>1.603</b>	-3,9
EBIT	2.113	1.395 <sup>4</sup>	409 <sup>4</sup>	<b>703</b>	71,6
EBIT vor Sonderfaktoren <sup>5</sup>	2.372	1.979 <sup>4</sup>	706 <sup>4</sup>	<b>728</b>	3,0
METRO Cash & Carry <sup>5</sup>	1.148	951 <sup>4</sup>	459 <sup>4</sup>	<b>442</b>	-3,7
Media-Saturn <sup>5</sup>	542	326	-6	<b>-33</b>	-
Real <sup>5</sup>	134	102	-4	<b>-1</b>	87,6
Galeria Kaufhof <sup>5</sup>	121	136	-24	<b>-16</b>	34,1
Immobilien <sup>5</sup>	643	652	411	<b>455</b>	10,8
Sonstige <sup>5</sup>	-197	-168	-124	<b>-105</b>	15,4
Konsolidierung <sup>5</sup>	-19	-20	-5	<b>-15</b>	-
Finanzergebnis	-640	-566 <sup>4</sup>	-439 <sup>4</sup>	<b>-514</b>	-17,0
Finanzergebnis vor Sonderfaktoren <sup>5</sup>	-640	-543 <sup>4</sup>	-417 <sup>4</sup>	<b>-446</b>	-6,6
Ergebnis vor Steuern	1.473	829 <sup>4</sup>	-30 <sup>4</sup>	<b>189</b>	-
Ergebnis vor Steuern und vor Sonderfaktoren <sup>5</sup>	1.732	1.436 <sup>4</sup>	289 <sup>4</sup>	<b>282</b>	-2,3
Periodenergebnis	741	115 <sup>4</sup>	-14 <sup>4</sup>	<b>-71</b>	-
Periodenergebnis vor Sonderfaktoren <sup>5</sup>	979	730 <sup>4</sup>	165 <sup>4</sup>	<b>16</b>	-90,6
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert)	€ 1,93	0,05 <sup>4</sup>	-0,06 <sup>4</sup>	<b>-0,22</b>	-
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren <sup>5, 6</sup>	€ 2,63	1,93 <sup>4</sup>	0,49 <sup>4</sup>	<b>0,03</b>	-94,3
Dividende je Stammaktie	€ 1,35	1,00	-	<b>0,00<sup>7</sup></b>	-
Dividende je Vorzugsaktie	€ 1,485	1,06	-	<b>0,00<sup>7</sup></b>	-
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	2.092	2.340	-2.095	<b>-1.768</b>	15,6
Investitionen	2.095	1.437	954	<b>691</b>	-27,5
Abschreibungen	1.350	1.635	1.138	<b>962</b>	-15,4
Eigenkapital	6.437	5.666 <sup>4</sup>	5.649 <sup>4</sup>	<b>5.206</b>	-7,8
Eigenkapitalquote	% 18,9	16,3 <sup>4</sup>	17,9 <sup>4</sup>	<b>18,1</b>	-
Nettoverschuldung	4.075	3.245	7.734	<b>5.391</b>	-30,3
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)	280.856	278.811	277.418	<b>269.493</b>	-2,9
Standorte	2.187 <sup>8</sup>	2.243	2.187	<b>2.221</b>	1,6
Verkaufsfläche (1.000 m <sup>2</sup> )	12.954	13.003	12.784	<b>12.773</b>	-0,1

<sup>1</sup> Rundungsdifferenzen möglich

<sup>2</sup> Adjustierung aufgrund eines geänderten Ausweises im Geschäftsjahr 2012

<sup>3</sup> Ungeprüft

<sup>4</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>5</sup> Die Sonderfaktoren werden für 2012 und 2013 auf den Seiten 106 und 107 dargestellt

<sup>6</sup> Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

<sup>7</sup> Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

<sup>8</sup> Inklusive der Einbeziehung der 2009/2010 eröffneten METRO Cash & Carry Satelliten-Standorte (insgesamt 14)

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

der Geschäftsbericht 2013 der METRO GROUP ist eine Besonderheit: Wir berichten über das Rampfgeschäftsjahr vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013.

Grund dafür ist die Umstellung unseres Geschäftsjahres, das künftig jeweils vom 1. Oktober bis zum 30. September des darauffolgenden Jahres reicht.

Im Berichtszeitraum haben wir uns vor allem darauf konzentriert, Mehrwert für unsere Kunden zu erzielen. Dazu haben wir nicht nur laufende Maßnahmen intensiviert, sondern auch neue Ideen und Konzepte entwickelt und umgesetzt. Der Titel unseres Geschäftsberichts „Hier wird gearbeitet“ trägt dieser Strategie Rechnung.

Der Vorstand der METRO AG

Den METRO GROUP Geschäftsbericht 2013 finden Sie auch im Internet: <http://berichte.metrogroup.de>





## METRO GROUP GESCHÄFTSBERICHT 2013 „HIER WIRD GEARBEITET“

### INHALT

- S. 3 Brief an die Aktionäre
- S. 11 Dank an die Mitarbeiter
- S. 14 Der Vorstand
- S. 16 Rückblick
- S. 19 Highlights der Vertriebslinien

### 1 DIE STRATEGIE

- S. 31 Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden
- S. 36 Strategische Ausrichtung der METRO GROUP

### 2 DAS INVESTMENT

- S. 55 METRO-Aktie

### 3 DAS GESCHÄFT

- S. 65 Bericht des Aufsichtsrats
- S. 76 Nachruf
- S. 78 Corporate-Governance-Bericht
- S. 84 Zusammengefasster Lagebericht mit dem erläuternden Bericht des Vorstands zu den übernahmerelevanten Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB
- S. 191 Konzernabschluss
- S. 199 Anhang
- S. 335 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- S. 336 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

### 4 DER SERVICE



Olaf Koch  
Vorsitzender des Vorstands

**METRO GROUP**

Düsseldorf, 12. Dezember 2013

## Brief an die Aktionäre

*Sehr geehrte Damen und Herren,*

das Geschäftsjahr 2013, auf das wir im vorliegenden Bericht zurückschauen, war für Ihr Unternehmen aus zweierlei Gründen ein besonderes: Erstens umfasste es lediglich die Monate von Januar bis einschließlich September und war somit ein sogenanntes Rumpfgeschäftsjahr. Zweitens war es auch ein Jahr der weiteren erfolgreichen Transformation für die METRO GROUP und ihre Vertriebslinien. Damit verbunden waren vielfältige Herausforderungen für unser Unternehmen und es macht mich sehr stolz, dass unsere Belegschaft diese mit Engagement angenommen und mit Bravour bewältigt hat. Dafür möchte ich unseren rund 270.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Namen des Gesamtvorstands herzlich danken.

In der Weiterentwicklung der METRO GROUP haben wir im Geschäftsjahr 2013 erneut große Fortschritte gemacht. So konnten alle unsere Vertriebslinien ihre Attraktivität für die Kunden erhöhen – unter anderem durch fokussierte Sortimente sowie die gezielte Ausweitung und Vertiefung der Absatzkanäle und Formate. Dazu zählte insbesondere auch die deutliche Weiterentwicklung der Mehrkanalaktivitäten, also der kundenorientierten Verknüpfung von stationärem und Online-Handel. Alle Vertriebslinien haben ihre Strategien weiter ausgearbeitet und konsequent umgesetzt. Im Mittelpunkt stand dabei immer das übergeordnete Ziel, Mehrwert für den Kunden zu schaffen. Daran richten wir alle unsere Aktivitäten aus. Und die Umsetzung dieser Strategie zeigt Wirkung: In vielen Ländern haben wir unsere Marktanteile weiter ausgebaut.

Allerdings haben wir erkannt, dass wir uns auch kulturell weiterentwickeln müssen. Dabei liegt der Schwerpunkt auf unserem eigenen Führungsverständnis. Denn ich bin davon überzeugt, dass die METRO GROUP ihre volle Leistungskraft nur dann entfalten kann, wenn wir das Vertrauen in den Einzelnen stärken und die Mitarbeiter dazu motivieren, noch engere Beziehungen zu unseren Kunden aufzubauen. Das ist ein Prozess, der nicht von heute auf morgen abgeschlossen sein wird – aber wir bewegen uns mit hohem Tempo in die richtige Richtung. Rund 26.000 Mitarbeiter haben bereits den sogenannten „Leadership for Growth“-Workshop durchlaufen, der unsere neue Führungskultur zum Inhalt hat: authentisch, transparent und dialogorientiert.

Vor rund neun Monaten habe ich Ihnen an dieser Stelle geschrieben, dass das Rumpfgeschäftsjahr 2013 – trotz des fehlenden umsatz- und ergebnisstarken Weihnachtsquartals – ein wichtiges für uns sein wird: ein Jahr, in dem die eingeleiteten Maßnahmen greifen und ihre Wirkung entfalten würden, auch wenn wir weiterhin mit einem außerordentlich schwierigen wirtschaftlichen Umfeld rechneten. Und genau so ist es auch eingetreten.



Olaf Koch  
Vorsitzender des Vorstands

**METRO GROUP**

Auch wenn sich die wirtschaftliche Entwicklung in vielen Ländern weiter abgeschwächt hat, verbunden mit anhaltenden Sparanstrengungen zahlreicher Regierungen, haben wir unsere zu Beginn des Rumpfgeschäftsjahres veröffentlichte Prognose erfüllt: Wir haben unseren Umsatz (bereinigt um Portfolioänderungen und Wechselkurseffekte) um 0,9 Prozent auf 45,0 Mrd. € gesteigert und beim EBIT vor Sonderfaktoren mit 728 Mio. € ein Plus von 3,0 Prozent erzielt. Sowohl beim Umsatz als auch beim Gewinn sehen wir eine kontinuierliche Trendverbesserung, die unsere strategische Stoßrichtung bestätigt. Darüber hinaus haben wir den Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit stark auf –1.768 Mrd. € verbessert. Im abgelaufenen Rumpfgeschäftsjahr haben wir das Augenmerk auf den Einsatz unserer investiven Mittel gelegt und konnten im Ergebnis die Kapitaleffizienz erheblich steigern. Neben zielgerichteten Investitionen in Expansionsländern haben wir unsere Mittel ausschließlich zur Steigerung des Kundenmehrwerts sowie für notwendige Instandhaltungsmaßnahmen verwendet. Auch unser Nettoumlaufvermögen konnten wir verbessern. Dadurch gewinnen wir zusätzlichen Spielraum für die Finanzierung der Neuausrichtung unserer Geschäftsmodelle. Wie angekündigt haben wir zudem unseren Fokus auf effizientere Strukturen und eine verstärkte Kostenkontrolle gerichtet. Unsere Nettoverschuldung konnten wir auch deshalb gegenüber dem 30. September 2012 um 2,3 Mrd. € deutlich zurückführen.

In Summe sind wir in den neun Monaten des Berichtszeitraums sehr gut vorangekommen. Die METRO GROUP beziehungsweise die Vertriebslinien haben sich neu definiert und das Unternehmen hat sowohl an Attraktivität für seine Kunden als auch an wirtschaftlicher Leistungskraft gewonnen. Wir gehen somit gestärkt aus dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 hervor – mit mehr Kraft als noch vor neun Monaten.

Der Kapitalmarkt hat die positive Entwicklung begrüßt. Das spiegelt auch die erfreuliche Aktienkursentwicklung wider: Die METRO-Aktie erzielte im Geschäftsjahr 2013 eine deutliche Kurssteigerung von mehr als 39,5 Prozent auf 29,30 € und entwickelte sich weitaus besser als die relevanten Benchmark-Indizes und die Aktienkurse vieler Wettbewerber. Die Tatsache, dass die Anleger unsere Strategie honorieren, lässt sich vor allem mit der fokussierten und kundenorientierten Herangehensweise unserer Vertriebslinien begründen. Dies verdeutlichen auch die folgenden Beispiele:

Unsere Vertriebslinie **METRO Cash & Carry** hat ihre Relevanz bei den gewerblichen Kunden stark verbessert. Sie hat dafür ein systematisches Zielgruppenmanagement aufgebaut und neue Wege bei der Ansprache ihrer Kunden beschritten. METRO Cash & Carry hat zudem die Sortimente gestrafft beziehungsweise neu ausgerichtet – mit Produkten, die noch besser auf die Bedürfnisse von Gewerbetreibenden ausgerichtet sind. Da das Handelsumfeld für Nicht-Lebensmittel sich im Geschäftsjahr 2013 als schwierig erwiesen hat, hat METRO Cash & Carry außerdem Bestände deutlich reduziert, um Platz für attraktivere und ansprechendere Nicht-Lebensmittel-Sortimente zu schaffen. Im Gegenzug hat die Nachfrage nach Belieferungs-, Eigenmarken- und Franchise-Lösungen stark zugenommen. Darüber hinaus hat die Vertriebslinie ihr Portfolio an Produkten



**Olaf Koch**  
Vorsitzender des Vorstands

**METRO GROUP**

und Dienstleistungen mit Nachdruck weiterentwickelt. All das hat dazu geführt, dass METRO Cash & Carry neue Kunden gewonnen hat und die Beziehungen zu bestehenden Kunden stärken konnte. Dies wurde auch dadurch ermöglicht, dass wir wieder intensiver führen. Management und Mitarbeiter gehen den Dingen konsequenter nach, um sicherzustellen, dass die Probleme wirklich angepackt werden. Ein Beispiel: Um das Sortiment für die deutschen Kunden attraktiver zu machen, haben wir einen renommierten Chefkoch gebeten, METRO-Märkte in Spanien, Italien und Frankreich zu besuchen und dort nach Spezialitäten für den deutschen Markt zu suchen. Er hat eine Liste von Produkten erstellt, die ihm in den deutschen Märkten fehlen. Inzwischen sind bereits mehrere Hundert dieser Produkte in den Märkten verfügbar.

Bei **Media-Saturn** konnten wir im Geschäftsjahr 2013 die weitreichendste Transformation innerhalb der METRO GROUP durchführen. Das Wachstumstempo im Online-Bereich erwies sich sowohl im Mehrkanalvertrieb als auch im reinen Internetgeschäft als rasant. Die Vertriebslinie hat ihr Angebot stark erweitert: Sie ist in mehr Ländern als je zuvor online vertreten und bietet eine deutlich höhere Zahl von Artikeln über das Internet an. Parallel dazu hat sie ihr Preisprofil weiter geschärft. Dank des Mehrkanalansatzes, der das stationäre Geschäft mit dem Online-Handel verzahnt, konnte Media-Saturn in vielen Ländern erhebliche Marktanteile gewinnen – obwohl das Umfeld infolge krisenbedingter Kaufzurückhaltung der Verbraucher und einer geringen Zahl an innovativen Produktneuheiten schwierig war. Wie im Dezember 2012 angekündigt, haben wir nach Ablauf der zweijährigen Testphase das Engagement von Media Markt in China beendet und die Standorte im Verlauf des ersten Quartals 2013 abgegeben.

Bei **Real** haben wir die Veräußerung unseres Osteuropageschäfts weitestgehend abgeschlossen. Real Rumänien, Real Russland und Real Ukraine wurden an das französische Handelsunternehmen Groupe Auchan abgegeben. Die Übertragung des Geschäfts in Polen erwarten wir – nach erfolgter Kartellfreigabe – mit Wirkung zum Jahresende. Nun fokussieren wir uns mit Real auf Deutschland. Mit einer regionalen Führungsstruktur hat sich die Vertriebslinie in ihrem Heimatmarkt nicht nur deutlich kundenorientierter, sondern auch wesentlich schlanker aufgestellt. Herzstück ist der neu eingeführte dezentrale Marktführungsansatz. Dieser erlaubt es den Geschäftsleitern vor Ort, mehr Eigeninitiative bei der Bestimmung des Sortiments zu ergreifen. Im Geschäftsjahr 2013 haben wir außerdem mehr Märkte umgebaut und modernisiert als je zuvor. Nicht zuletzt hat Real das Eigenmarkensortiment weiter ausgebaut. Zudem hat die Vertriebslinie ihr innovatives Drive-in-Konzept mit lokalen Abholmärkten weiterentwickelt und ihren Online-Auftritt vollständig überarbeitet.

**Galeria Kaufhof** hat im Geschäftsjahr 2013 die Marktführerschaft in Deutschland übernommen und damit bewiesen, dass die konsequente Umsetzung einer fokussierten Strategie der richtige Weg ist. Die Vertriebslinie hat neue Marken in ihr Sortiment aufgenommen und ihre Eigenmarkensortimente überarbeitet. Das Engagement schlägt sich in einer höheren Attraktivität und Kundenrelevanz nieder. Mit einer effizienteren Flächennutzung und einem strikten Kostenmanagement konnte Galeria Kaufhof darüber hinaus die Profitabilität weiter verbessern.





Olaf Koch  
Vorsitzender des Vorstands

**METRO GROUP**

Insgesamt werden unsere Vertriebslinien zunehmend kundenorientierter und gewinnen dabei Marktanteile. Um strategisch wichtige Ansätze schnell und effizient umsetzen zu können, bedarf es vor allem einer hohen Eigenverantwortung in der Führung. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2013/14 übergeben wir folgerichtig sämtliche Immobilien, die sich eindeutig zuordnen lassen, in die Verantwortung der Vertriebslinien. Wir werden das Immobiliensegment damit nicht mehr länger separat ausweisen, sondern den übrigen Segmenten zuordnen.

Ein herzlicher Dank geht an Sie, unsere sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre, für das in uns gesetzte Vertrauen. Nach zwei Jahren mit Aktienkursverlusten konnten Sie sich im Geschäftsjahr 2013 wieder über einen deutlichen Kursanstieg freuen. Bedingt durch das Rumpfgeschäftsjahr, in dem das für uns wichtige Weihnachtsgeschäft fehlt, betrug das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren lediglich 0,03 €. Zur Stärkung der Eigenkapitalbasis schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung am 12. Februar 2014 vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres in voller Höhe in die anderen Gewinnrücklagen einzustellen.

Was sind meine Erwartungen für das Geschäftsjahr 2013/14? Wir werden die Transformation der METRO GROUP fortsetzen und uns darauf konzentrieren, die Kostenstrukturen weiter zu verbessern. Beide Aspekte sind für den angestrebten profitablen Wachstumskurs zwingend erforderlich. Das Geschäftsjahr 2013/14 steht für uns darüber hinaus im Zeichen eines wichtigen Ereignisses: Am 27. Oktober 2014 begehen wir den 50. Geburtstag von METRO Cash & Carry – unserer größten Vertriebslinie und der Keimzelle der METRO GROUP. Wir werden den Geburtstag zum Anlass nehmen, die Feierlichkeiten bereits zum Start des Kalenderjahres einzuleiten und unseren gewerblichen Kunden die Vorzüge des Geschäftsmodells von METRO Cash & Carry noch näher zu bringen.

Zum Schluss der Ausblick: Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2013/14, trotz eines nach wie vor schwierigen wirtschaftlichen Umfelds in vielen unserer Länder, einen Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres und ein EBIT vor Sonderfaktoren, das spürbar über dem vergleichbaren Vorjahresniveau von 1,7 Mrd. € liegt. Darüber hinaus wollen wir unsere Nettoverschuldung weiter zurückführen, um unsere Bilanz nachhaltig zu stärken und die Zukunftsfähigkeit der METRO GROUP zu sichern.

Ihr



Olaf Koch  
Vorstandsvorsitzender der METRO AG



Vorstand

**METRO GROUP**

# DANKE!

In den vergangenen Monaten haben wir alle intensiv daran gearbeitet, unsere Strategie mit Leben zu füllen und Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen. Für den Alltag unserer 269.493 Mitarbeiter bedeutet das beispielsweise, im Gespräch mit den Geschäftspartnern sehr genau hinzuhören, Gewohntes zu hinterfragen und mutig alte Wege zu verlassen – um nicht die erste, sondern die beste Lösung zu finden. Für unsere Kunden und unser Unternehmen.

Uns ist bewusst, wie herausfordernd und anspruchsvoll diese Aufgabe Tag für Tag ist. Aber wir wissen auch, dass jeder Einzelne in unserem Unternehmen – unabhängig von Position und Funktion – wichtige Veränderungen anstoßen und andere inspirieren kann. Um diese Haltung bei unseren Mitarbeitern zu stärken, haben wir parallel zu unserer strategischen Neuausrichtung einen Kulturwandel eingeleitet.

Die Startphase haben wir erfolgreich bewältigt – unser neuer Ansatz lebt. Das ist in vielen Bereichen bereits deutlich zu spüren. Wir bedanken uns bei allen – besonders bei unseren Mitarbeitern –, die mit viel Vertrauen und großem Engagement daran gearbeitet haben, unser Unternehmen und unsere gemeinsame Kultur weiterzuentwickeln. Wir sind davon überzeugt, dass wir so die METRO GROUP weiter voranbringen und zu neuem Erfolg führen werden.

Der Vorstand der METRO AG



**Olaf Koch**



**Mark Frese**



**Pieter Haas**



**Heiko Hutmacher**





Fototermin  
fällt aus!  
Sind vor Ort  
bei unseren  
Kunden.

Der Vorstand

# DER VORSTAND

## Olaf Koch

Vorstandsvorsitzender

**Zuständigkeitsbereiche:** Corporate Communications, Corporate Group Strategy/M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, METRO Cash & Carry, Real

**Kurzprofil:** Olaf Koch ist seit dem 1. Januar 2012 Vorstandsvorsitzender der METRO AG und bis zum 13. September 2015 bestellt. Zudem ist er CEO von METRO Cash & Carry. Im September 2009 trat der 43-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 Geschäftsleitung der Mercedes Car Group.

---

## Pieter Haas

Mitglied des Vorstands

**Zuständigkeitsbereiche:** Business Innovation/New Ventures, IT-Management/METRO SYSTEMS, Media-Saturn

**Kurzprofil:** Pieter Haas ist seit dem 1. April 2013 Mitglied des Vorstands der METRO AG und bis zum 31. März 2016 bestellt. Zuvor war er für die Vertriebslinie Media-Saturn tätig. Er übernahm dort 2001 die Position als Geschäftsführer 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 50-jährige Betriebswirt zehn Jahre lang in Führungspositionen mehrerer Unternehmen.

## Mark Frese

Finanzvorstand

**Zuständigkeitsbereiche:** Corporate Accounting, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations, Corporate Risk Management & Internal Control Finance, Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services), Galeria Kaufhof, MIB METRO GROUP Insurance Broker, METRO PROPERTIES

**Kurzprofil:** Mark Frese wurde zum 1. Januar 2012 zum Finanzvorstand der METRO AG berufen. Der 49-Jährige ist bis zum 31. Dezember 2014 bestellt. Seit April 2012 ist 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 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.

---

## Heiko Hutmacher

Mitglied des Vorstands und Arbeitsdirektor

**Zuständigkeitsbereiche:** Human Resources (Corporate House of Learning, Corporate Performance & Rewards einschließlich International Payroll & HR Financials, Group Labour Relations & Labour Law, HR Operations inklusive HR Reporting, HR Organisation Development, Processes & IT, Talent Management, Leadership & Change), Group Internal Audit, MGT METRO GROUP Travel Services

**Kurzprofil:** Heiko Hutmacher ist seit Oktober 2011 Mitglied des Vorstands der METRO AG und dort zuständig für das Personalressort. Seit April 2012 verantwortet der 56-Jährige zusätzlich das Personalressort von METRO Cash & Carry. Der Diplom-Kaufmann verfügt über 30 Jahre Erfahrung im Personalmanagement, zum Beispiel für IBM und Akzo Nobel. Heiko Hutmacher ist bis zum 30. September 2017 bestellt.



Olaf Koch



Mark Frese



Pieter Haas



Heiko Hutmacher

# RÜCKBLICK

## AUSGEWÄHLTE EREIGNISSE AUS DEM RUMPFGESCHÄFTSJAHR 2013

### Q1/2013

#### MEDIA-SATURN BEENDET ENGAGEMENT IN CHINA

↓  
16.01.2013 — Die METRO GROUP gibt bekannt, dass die Vertriebslinie Media-Saturn ihre Geschäftstätigkeit in China nicht fortführen wird. Die Entscheidung basiert auf Erfahrungen und Prognosen aus der 2012 beendeten, zweijährigen Testphase.



#### REAL UNTERSTÜTZT VERANTWORTUNGSVOLLE TIERHALTUNG

↓  
18.01.2013 — Das SB-Warenhaus-Unternehmen ergänzt sein Angebot um Produkte mit dem neuen Label „Für mehr Tierschutz“. Das Siegel des Deutschen Tierschutzbunds kennzeichnet Wurst und Fleisch von Tieren, die unter besseren Bedingungen gehalten wurden,

als es das Gesetz verlangt. In rund 200 SB-Warenhäusern bietet Real bereits Produkte mit diesem Label an.

#### PROF. OTTO BEISHEIM VERSTORBEN

↓  
18.02.2013 — Prof. Otto Beisheim, der Gründer von METRO Cash & Carry, verstirbt im Alter von 89 Jahren. Mit seinem Konzept des Selbstbedienungsgroßhandels revolutionierte er ab Mitte der 1960er-Jahre eine ganze Branche und legte damit zugleich das Fundament für die heutige METRO GROUP.

#### VERÄNDERUNG IM VORSTAND I

↓  
18.03.2013 — Der Vorstandsvorsitzende Olaf Koch übernimmt die operative Leitung der Vertriebslinie METRO Cash & Carry. Damit unterstreicht die METRO GROUP die hohe Bedeutung des Großhandelsgeschäfts für den Konzern. Der bisherige CEO von METRO Cash & Carry, Frans W. H. Muller, scheidet mit Wirkung zum 31. März 2013 im gegenseitigen Einvernehmen aus dem Unternehmen aus.

### Q2/2013

#### VERÄNDERUNG IM VORSTAND II

↓  
01.04.2013 — Pieter Haas, bisher Mitglied der Geschäftsführung und COO der Media-Saturn-Holding GmbH, tritt sein neues Amt als Vorstandsmitglied der METRO AG an. In dieser Funktion ist er zuständig für Business Innovation/New Ventures, IT-Management/METRO SYSTEMS und Media-Saturn.

#### INITIATIVE FÜR NACHHALTIGEN FISCH-EINKAUF

↓  
11.04.2013 — Die METRO GROUP schließt gemeinsam mit 16 internationalen Unternehmen und Organisationen ein strategisches Bündnis, um die Vergleichbarkeit von Fischzertifizierungen und -auszeichnungen weltweit voranzutreiben. Ziel ist es, innerhalb der kommenden drei Jahre eine harmonisierte Bewertungsskala für den nachhaltigen Fischeinkauf zu schaffen.





**METRO GROUP MARATHON BIS 2016**



**22.04.2013** — Die METRO GROUP bleibt bis 2016 Titelsponsor des Düsseldorfer Marathons. Mit der Unterstützung des Großereignisses bekennt sich das Handelsunternehmen einmal mehr zu seiner Heimatstadt Düsseldorf, dem Sitz der Konzernzentrale. Im Berichtsjahr übernimmt die METRO GROUP bereits zum neunten Mal in Folge das Titelsponsoring des Marathons.

**VERÄNDERUNGEN IM AUFSICHTSRAT I**



**08.05.2013** — Auf der Hauptversammlung der METRO AG wird Baroness (zum damaligen Zeitpunkt: Dame) Lucy Neville-Rolfe DBE CMG zum Mitglied des Aufsichtsrats gewählt. Damit steigt der Anteil weiblicher Mitglieder im obersten Kontrollgremium des Handelskonzerns auf 25 Prozent, denn auch die Seite der Arbeitnehmer hat den Frauenanteil erhöht und stellt seit dem 8. Mai 2013 drei weibliche

Mitglieder. Das Unternehmen hat sein Planziel mehr als erfüllt: Mit der Aufsichtsratswahl 2013 sollten 20 Prozent der Aufsichtsratssitze mit Frauen besetzt werden. Für das Jahr 2018 wird ein Frauenanteil von mindestens 30 Prozent angestrebt.

**BRANDSCHUTZINITIATIVE FÜR BANGLADESCH**



**23.05.2013** — Die METRO GROUP unterstützt ein gemeinsames Abkommen mit anderen Unternehmen und Organisationen, um den Brandschutz und die Gebäudesicherheit in der Textilindustrie von Bangladesch zu verbessern. Der Handelskonzern sieht dafür sowohl inhaltliche als auch finanzielle Unterstützung vor. Anlass für die Initiative war der Einsturz eines Fabrikgebäudes in Bangladesch, bei dem mehr als 1.100 Menschen ums Leben gekommen waren.

**MEDIA-SATURN ÜBERNIMMT REDCOON VOLLSTÄNDIG**



**07.06.2013** — Seit dem 7. Juni 2013 hält Media-Saturn 100 Prozent am Internethändler Redcoon. Die Vertriebslinie hatte sich bereits bei der Übernahme des Unternehmens im Jahr 2011 die Option gesichert, den verbleibenden Zehn-Prozent-Anteil zu einem späteren Zeitpunkt zu erwerben.

Q3/2013

**PROF. DR. DR. H. C. MULT. ERICH GREIPL VERSTORBEN**



**02.07.2013** — Prof. Erich Greipl, langjähriges Aufsichtsratsmitglied der METRO AG, stirbt im Alter von 72 Jahren. Der renommierte Handlungsexperte und Geschäftsführer der Otto Beisheim Group GmbH & Co. KG hat die METRO GROUP mehr als 25 Jahre begleitet und mit hoher Fachkompetenz entscheidend mitgestaltet.

**BLOCKHEIZKRAFTWERKE FÜR METRO CASH & CARRY**



**05.07.2013** — METRO PROPERTIES nimmt an den METRO Cash & Carry Standorten Düsseldorf und Berlin-Marienfelde zwei Blockheizkraftwerke (BHKW) in Betrieb. Künftig können die beiden Großmärkte selbst Strom und Wärme aus Erdgas produzieren und so ihre Kosten deutlich senken. Die BHKW wurden als Pilotprojekt in Kooperation mit dem Energieversorger Eon errichtet. Eine Ausweitung der Initiative auf weitere Standorte ist geplant.

## UNTERSTÜTZUNG FÜR TAFELN IN 21 LÄNDERN



24.07.2013 — Die METRO GROUP schließt ein dreijähriges Unterstützungsabkommen mit der European Federation of Food Banks (FEBA). Die Organisation mit Sitz in Paris vertritt mehr als 20 nationale und lokale Tafeln in 21 europäischen Ländern. Die finanzielle Unterstützung der METRO GROUP läuft von 2013 bis 2015.

## VERÄNDERUNGEN IM AUFSICHTSRAT II



24.07.2013 — Der Vorstand der METRO AG beantragt in Abstimmung mit dem Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats die gerichtliche Bestellung von Dr. Fredy Raas zum Mitglied des Aufsichtsrats. Er tritt nach antragsgemäßem Beschluss des Gerichts die Nachfolge des verstorbenen Aufsichtsratsmitglieds Prof. Erich Greipl an. Dr. Raas ist Mitglied der Geschäftsführungen der beiden Vermögensverwaltungsgesellschaften der Beisheim-Gruppe in Baar, Schweiz, und in Düsseldorf. Er ist zudem Präsident des Stiftungsvorstands der Prof. Otto Beisheim-Stiftung in München sowie Vizepräsident des Stiftungsrats der Prof. Otto Beisheim-Stiftung in Baar, Schweiz.

## REAL UND GALERIA KAUFHOF ERHÖHEN ENTGELT



31.07.2013 — Die beiden Vertriebslinien erhöhen das monatliche Entgelt ihrer Beschäftigten um 2,5 Prozent des bisherigen monatlichen Tarifentgelts in allen Tarifgebieten. Die Anhebung erfolgt unter dem Vorbehalt der Anrechnung auf einen eventuellen späteren Tarifabschluss. Sie tritt abhängig vom Tarifgebiet jeweils zum 1. August, zum 1. September, zum 1. Oktober oder rückwirkend ab 1. Juli in Kraft.



## LÜCKENLOSE RÜCKVERFOLGUNG BEI LACHS



01.08.2013 — METRO Cash & Carry China bietet erstmals frischen Lachs an, der sich lückenlos rückverfolgen lässt. Der Fisch von ausgewählten Lachsfarmen wird dazu mit Etiketten versehen, auf denen sich Strichcodes befinden. Die Kunden können diese Strichcodes an Geräten im Großmarkt oder mithilfe einer mobilen App scannen und so die Transportkette des Lachses durchgehend zurückverfolgen.



## IMMOBILIENFONDS ERFOLGREICH PLATZIERT



29.08.2013 — METRO PROPERTIES hat erfolgreich 43 französische Standorte der Vertriebslinie METRO Cash & Carry in Form eines geschlossenen Immobilienfonds vermarktet. Zwei vergleichbare Transaktionen hatte METRO PROPERTIES bereits 2011 und 2012 abgeschlossen.

# METRO CASH & CARRY

## SEPTEMBER 2013

### UNTERSTÜTZUNG FÜR UNTERNEHMER



**ERFOLGREICHES KONZEPT** — Ein Netzwerk, mehrere Tausend erfolgreiche Trader und viele zufriedene Kunden: So lässt sich das Trader-Franchise-Programm von METRO Cash & Carry auf den Punkt bringen. Die Kernidee des für den osteuropäischen Markt entwickelten Programms: METRO Cash & Carry agiert ähnlich wie ein Franchise-Geber mit eigenem Markenauftritt und richtet sich damit gezielt an unabhängige Lebensmitteleinzelhändler. Sie erhalten unter anderem

Unterstützung bei der Modernisierung ihrer Läden, bei der Zusammenstellung des Sortiments sowie im Marketing. Das Konzept kommt bei den Unternehmern an, und das Netzwerk entwickelt sich dynamisch. METRO Cash & Carry bietet das Trader-Franchise-Programm, das 2011 in Polen gestartet ist, mittlerweile auch in Bulgarien, Rumänien, Russland, Serbien, Tschechien und der Ukraine an. Mehr als 6.000 Unternehmer gehören inzwischen zum Netzwerk – Tendenz steigend.

# MEDIA MARKT

JUNI 2013



**WER TRIFFT,  
DER SPART**

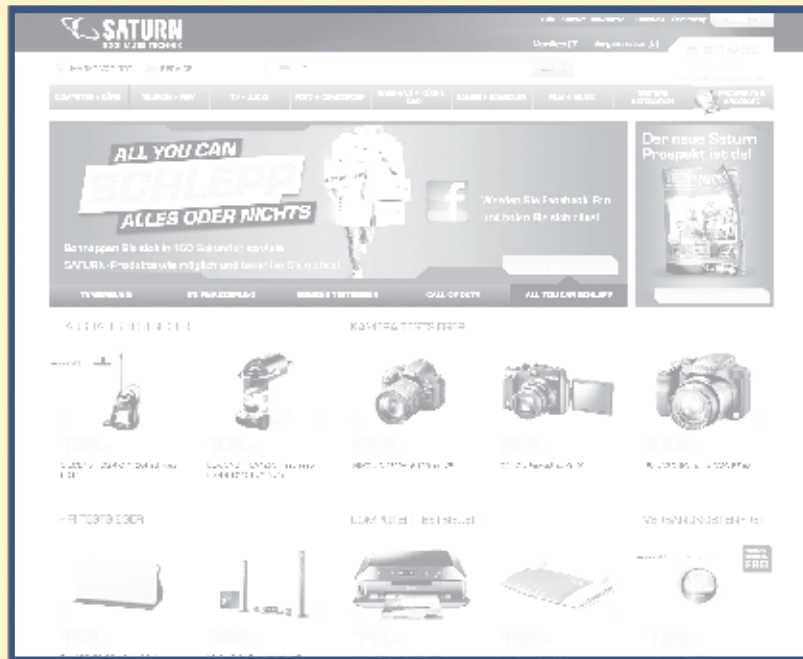


**VERRÜCKTES TORWANDSCHIESSEN** — Mit einer außergewöhnlichen Marketingaktion sorgte Media Markt in diesem Jahr für Fußballfieber der anderen Art. Elf Tage lang drehte sich in den deutschen Elektrofachmärkten alles um das runde Leder: Die 255 Media Märkte hatten ihre Kunden zum „verrückten Torwandschießen“ eingeladen. Die Spielregeln: Nach dem Einkauf konnte jeder Kunde auf eine Torwand im Media Markt schießen. Wer traf, erhielt den

gesamten Betrag seines zuvor getätigten Einkaufs an der Kasse zurückerstattet. Mit Glück und starken Nerven konnten Ballkünstler so gratis einen neuen Fernseher oder andere hochwertige Geräte bekommen. Treffsicherheit zahlt sich also nicht nur für Profis auf dem Spielfeld, sondern auch bei der Nummer eins im europäischen Elektrofachhandel aus!

# SATURN

## MAI 2013



**GEPRÜFT  
UND  
BESTANDEN**

**MOBIL EINKAUFEN – GANZ SICHER** — Seit Mitte 2012 können Kunden bei Saturn nicht nur im Markt und online, sondern auch mit ihrem Smartphone einkaufen. Damit haben sie jederzeit und überall Zugriff auf das umfassende Techniksortiment des Elektrofachhändlers. Die Sicherheit beim mobilen Einkauf hat Saturn im Mai 2013 eigens vom TÜV Süd zertifizieren lassen: Die für Smartphones optimierte Version des Online-Shops [m.saturn.de](http://m.saturn.de) ist die erste

mobile Seite, die mit dem TÜV-Süd-„s@fer-shopping“-Prüfsiegel ausgezeichnet wurde. Auch die zugehörige Saturn-App hat den Test mit Bravour bestanden. Im Rahmen des umfangreichen Verfahrens wurden die Angebote hinsichtlich Qualität, Sicherheit und Transparenz sorgfältig auf den Prüfstand gestellt. Das Urteil des TÜV Süd: Der mobile Shop von Saturn ist in hohem Maße vertrauenswürdig.

# REDCOON

## MÄRZ 2013



**GUT UND  
BILLIG**



**JUBILÄUM MIT GEBURTSTAGSANGEBOTEN** — „Wir feiern 10 Jahre billig!“. Mit dieser Ansage eröffnete Redcoon Ende März den „billigsten Jubiläumsverkauf aller Zeiten“ zum zehnten Geburtstag des Online-Shops. Entsprechend seiner Preisphilosophie offerierte der Internethändler den Kunden im Jubiläumsjahr attraktive Geburtstagsangebote, wöchentliche „Hot Deals“ sowie Aktionen und Gewinnspiele auf Facebook. Begleitet wurde die Kampagne von zwei

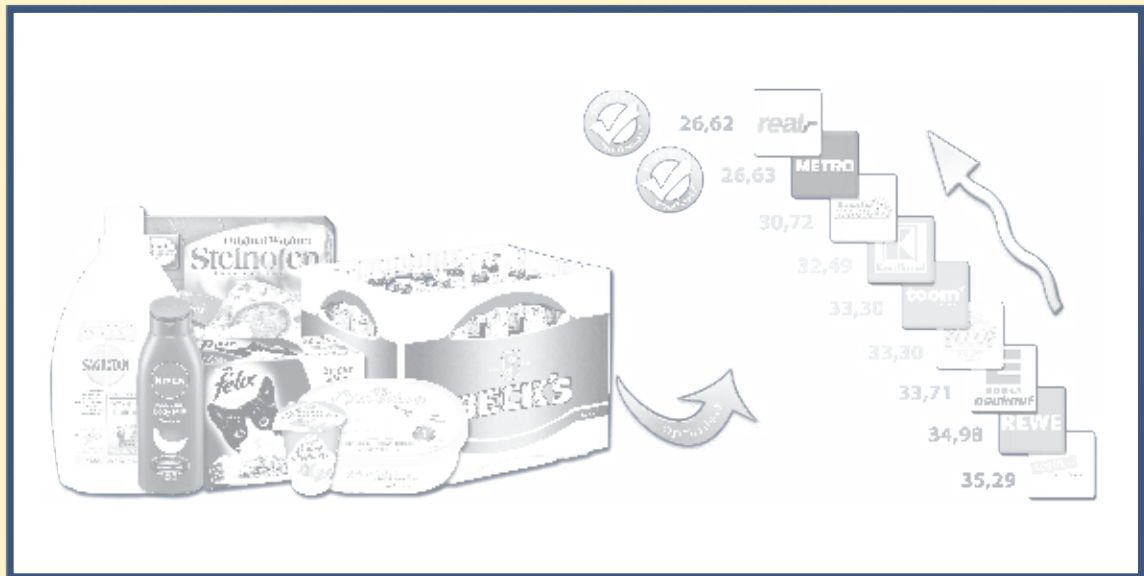
TV-Spots. 2003 starteten die Redcoon-Online-Shops in Deutschland, Österreich und Spanien. In den Folgejahren eröffnete Redcoon weitere Online-Shops und ist heute in zehn Ländern Europas vertreten. Im kommenden Jahr baut Redcoon sein Produktsortiment von Unterhaltungs- und Verbraucherelektronik zunehmend aus und erweitert das Service-Angebot. Auf in das nächste Jahrzehnt!

# REAL

SEPTEMBER 2013



**SIEGER IM  
PREISVERGLEICH**



Die Angaben beruhen auf lokalen Aktions-/Durchschnittspreisen (Standort: Gießen, Datum: 17.7.2013). Quelle: Drotax YouPickIt Group

**DIE PREISENKUNG BEI MEHR ALS 2.000 ARTIKELN ZEIGT WIRKUNG.**

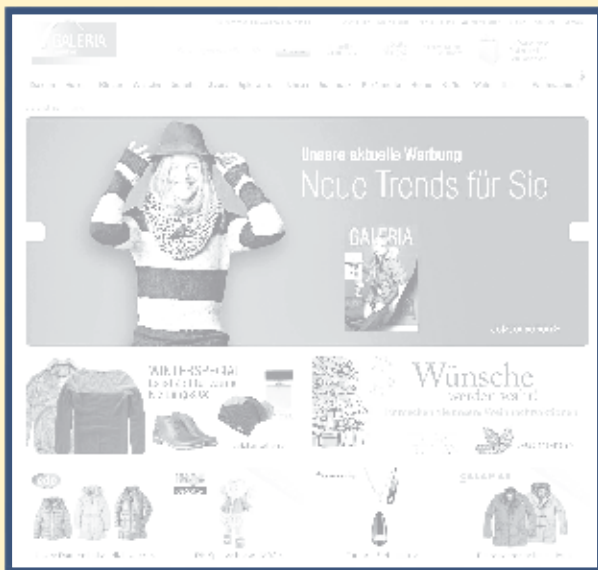
Bei welchem Händler sind Produkte des täglichen Bedarfs am günstigsten? Das interessiert nicht nur Verbraucher. Das Nachrichtenmagazin Focus hat sich diese Frage gestellt und die Preise bei verschiedenen Lebensmittelhändlern vergleichen lassen. Das Ergebnis: Für einen Warenkorb mit ausgewählten Markenprodukten, vom Kasten Beck's-Pils über die Wagner-Steinofenpizza bis hin zur

Nivea-Bodylotion, bezahlen Kunden bei Real am wenigsten. Der Test belegt zudem überraschend große Preisdifferenzen von Händler zu Händler. Je nach Produkt beträgt der Unterschied bis zu 1,70 €. Real schneidet im direkten Preisvergleich bei Markenprodukten hingegen wiederholt überdurchschnittlich ab: Nicht nur diesen, sondern auch viele weitere Warenkorbvergleiche entschied der SB-Warenhaus-Betreiber als günstigster oder zweitgünstigster Anbieter für sich.

# GALERIA KAUFHOF

---

## SEPTEMBER 2013



**ERLEBNISEINKAUF  
IMMER UND  
ÜBERALL**

**VOR ORT, ZU HAUSE UND UNTERWEGS** — Leicht zu bedienen, schnell zu laden und optimal vernetzt: Das sind die Pluspunkte, mit denen der Mobile-Shop von Galeria Kaufhof seine Kunden begeistert. Im September startete der deutsche Marktführer unter den Warenhausbetreibern die für Smartphones optimierte Version des Online-Shops galeria.de – und macht das Einkaufen für Kunden damit noch komfortabler: Dank übersichtlicher und komprimierter Navigation führen

bereits wenige Klicks bei Auswahl und Bestellung zum Ziel. Filialfinder und Routenplaner gewährleisten die Vernetzung mit den Warenhäusern. Weitere Services sind die Payback-Lounge, eine Bestellmöglichkeit für Geschenkkarten sowie eine mobile Version der Karriereseite als Jobbörse. Die Verknüpfung des Online-Angebots mit dem Präsenzhandel macht die Marke Galeria Kaufhof auf allen Kanälen erlebbar: beim Erlebniseinkauf in der Stadt, zu Hause und unterwegs.



# METRO PROPERTIES

## FEBRUAR 2013



### AUSGEZEICHNETES MANAGEMENT

**ZERTIFIZIERTE QUALITÄT** ——— Einen wichtigen Meilenstein im Qualitäts- und Umweltmanagement sowie in den Bereichen Human Resources und Beschaffung hat METRO PROPERTIES Anfang 2013 erreicht: Die polnische Landesgesellschaft des Immobilienunternehmens schloss im Februar die Zertifizierung nach ISO 9001 und 14001 erfolgreich ab. Die beiden internationalen Industrienormen regeln verbindliche Anforderungen an das Qualitäts- und

Umweltmanagement im Unternehmen. Die Prüfer begutachteten insbesondere die Abläufe und die Organisation technischer Strukturen und Services im Facility-Management, im Abfallmanagement und im Umweltschutz. In den sechstägigen Zertifizierungsprozess waren Mitarbeiter der METRO PROPERTIES Hauptverwaltung in Warschau sowie technische Angestellte verschiedener polnischer Standorte eingebunden.

# METRO CASH & CARRY

## AUSBLICK GESCHÄFTSJAHR 2013/14



**YOU & METRO** — 2014 wird für METRO Cash & Carry und die METRO GROUP ein bedeutsames Jahr: Die Gründung unserer Vertriebslinie jährt sich zum 50. Mal. Das Jubiläum ist Anlass zum Feiern und dafür, selbstbewusst nach vorn zu blicken. Zentral ist dabei die Frage: Was macht METRO Cash & Carry im Kern aus? Die Geschichte und das Wachstum unserer Vertriebslinie sind eng mit den Geschichten ihrer Kunden verwoben. Sie alle handeln von dem Unternehmergeist, der die Kunden stark macht und METRO Cash & Carry zu Höchstleistungen motiviert.

Unabhängige Unternehmer dauerhaft erfolgreicher zu machen – das ist es, was unsere Vertriebslinie antreibt. Basis hierfür sind vertrauensvolle Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten. Diesen Anspruch bringt METRO Cash & Carry mit der neuen Markenkampagne YOU & METRO zum Ausdruck. Die Kampagne zelebriert den Unternehmergeist unserer Kunden und veranschaulicht die Professionalität und Leidenschaft, die nötig sind, damit aus Ideen ein erfolgreiches Geschäft wird.

# 1

METRO GROUP 2013

Die  
strategie

# Die Strategie

---

**S. 31** Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden

**S. 36** Strategische Ausrichtung der METRO GROUP

S. 36 METRO GROUP

S. 37 METRO Cash & Carry

S. 40 Media-Saturn

S. 42 Real

S. 46 Galeria Kaufhof

S. 48 Immobilien



Von: Frédéric Schumacher <f.schumacher@metro-cc.de>

Cc: Frank Schmidt <frank.schmidt@metro-cc.de>

An: MCCD\_Kundenmanagement; SCC DE HAN – VKB DEPOT; SCC DE HAN – VKB Mitte; SCC DE HAN – VKB Nord; SCC DE HAN – VKB Ost; SCC DE HAN – VKB Süd; SCC DE HAN – VKB West; MCCD\_TGM; MCCD\_CM  
Betreff: Fit for Kunde – danke schön!

Gesendet: 24. Juni 2013, 10:34 Uhr MEZ+1

---

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

das tolle Feedback von allen Anwesenden hat es gezeigt: Die „Fit for Kunde“-Veranstaltung rund um unsere neuen Sortimente war ein voller Erfolg!

Zum ersten Mal sind über 500 Kundenmanager von METRO Cash & Carry und Verkaufsberater von C+C Schaper aus ganz Deutschland in Düsseldorf zusammengekommen, um an vier Tagen alles über unsere wichtigsten Zielgruppen zu erfahren und gleichzeitig unsere neuen Produkte kennenzulernen und selbst zu probieren. Von Himbeer-Tartelettes über außergewöhnliche Pasta-Sorten bis hin zu grünen Tomaten: Die mediterranen Artikel von unseren METRO-Kollegen aus Frankreich, Italien und Spanien haben alle Teilnehmer begeistert.

Dieser Erfolg war komplett euer Verdienst: Wochenlang habt ihr alle abteilungsübergreifend und voller Leidenschaft zusammen für das Gelingen dieser Veranstaltung gearbeitet – dafür ein riesiges Dankeschön! Eine echte Teamarbeit, die sich voll ausgezahlt hat!

Jetzt geht es darum, unsere Kunden nachhaltig an uns zu binden und für METRO Cash & Carry und C+C Schaper zu begeistern. Wir wünschen euch für diese wichtige Aufgabe Top-Verkäufe und viel Erfolg!

Anbei ein Erinnerungsfoto von der Veranstaltung.

Wir freuen uns auf weitere Events mit euch!

Viele Grüße aus Düsseldorf

Frank & Frédéric

**Frédéric Schumacher**

Head of Customer Management  
Senior Director METRO GROUP



Kontaktadresse / Contact address:  
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH  
Metro-Straße 8  
40235 Düsseldorf  
Deutschland

Internet: [www.metro.de](http://www.metro.de)





---

«  
Was wir sagen,  
tun wir auch.  
»

---

Im Gespräch: Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG,  
über Kundenmehrwert, Unternehmenskultur – und das,  
was ihm im Arbeitsalltag Freude bereitet.

---

**Herr Koch, wenn Sie das Geschäftsjahr Revue passieren lassen, was war für Sie der größte Schritt nach vorn und wo hat die METRO GROUP noch einen Schritt zu gehen?**

Wir werden noch einen großen Schritt in genau dem Bereich machen müssen, in dem wir bereits den größten Schritt nach vorn getan haben: bei unserem Anspruch, Mehrwert für die Kunden zu schaffen. Wir sind heute zwar schon erheblich weiter als noch vor einem Jahr – aber bei Weitem noch nicht dort, wo wir hinmüssen.

**Schlägt sich dieser Schritt nach vorn bereits in den Zahlen nieder?**

Ja, im Laufe des Jahres haben wir eine deutliche Trendverbesserung bei der Umsatzentwicklung erreicht. Das ist zwar regional unterschiedlich, aber doch sehr ermutigend. Insofern blicken wir mit Zuversicht auf das vierte Quartal 2013 – das erste Quartal im neuen Geschäftsjahr.

**Gab es positive Überraschungen für Sie?**

Nicht überraschend, aber sehr positiv haben sich Cashflow und Nettoentschuldung entwickelt. Rund zwei Milliarden Euro weniger Schulden innerhalb eines Jahres – das ist ein starkes Signal an die Kapitalmärkte und ein Beleg für die Glaubwürdigkeit unserer Strategie. Und die Botschaft kommt an: Investoren und auch Analysten sind dabei, ihre Meinung über unser Unternehmen zu ändern.

**Dennoch gab es im Markt auch den Eindruck, dass die METRO GROUP weiterhin stark mit Aufräumarbeiten beschäftigt war. Täuscht dieser Eindruck?**

Die maßgeblichen strukturellen Veränderungen sowie die großen Portfolioveränderungen oder -bereinigungen haben wir abgeschlossen. Auch in Sachen Kosteneffizienz haben wir schon vieles erreicht, wollen hier aber noch besser werden. Allein schon deshalb, weil wir damit entscheidend die Investitionen in den Kundenmehrwert finanzieren.

**Viele kennen die METRO GROUP als ein stark expandierendes Unternehmen. In den vergangenen Jahren haben Sie die Internationalisierung eingestellt ...**

... weil die Erfahrung uns gelehrt hat: Weniger ist manchmal mehr. Wir sind zu schnell gewachsen und haben dabei Leistungsstärke eingebüßt. Durch das Fokussieren auf die drei Wachstumsmärkte China, Russland und Türkei haben wir in den vergangenen 18 Monaten an Attraktivität gewonnen. Fokussieren bedeutet aber auch, dass wir einige Landeseinheiten abgegeben haben. Unser Ziel ist es, zunächst in den Ländern unser Wachstumspotenzial voll auszuschöpfen, in denen wir heute präsent sind. Erst wenn wir unsere Leistungsstärke dort klar ausgebaut haben, werden wir – in Kombination mit einer gestärkten Bilanz – sagen können: Jetzt nehmen wir ein neues Land in den Fokus. Kurzfristig steht das aber nicht auf der Agenda.

**Der Aktienmarkt hat das Prinzip „Weniger ist mehr“ honoriert. Wie haben Sie den Kursverlauf wahrgenommen?**

Im Kursverlauf wird vor allem deutlich, dass die bisherige Skepsis im Markt nachlässt. Die METRO GROUP hat in den Vorjahren manchen Marktbeobachter und Investor enttäuscht, nicht zuletzt wegen Spekulationen über Veränderungen im Portfolio, die dann nicht eintraten. Das hat sich geändert, und der Markt registriert zunehmend: Was wir sagen, tun wir auch. Und wir berichten erst darüber, wenn wir etwas getan haben – nicht andersherum.

**Die METRO GROUP ist ein sehr vielschichtiges Unternehmen mit verschiedenen Vertriebslinien. Gibt es eine Stärke oder eine Eigenschaft, die alle Gesellschaften eint?**

Was alle Vertriebslinien eint, sind zum einen die starken Wurzeln und der historische Erfolg, zum anderen unsere außerordentlich engagierten Mitarbeiter. Was uns künftig noch stärker miteinander verbinden wird, ist die Konzentration auf unsere Kunden und unser gemeinsames Ziel, Mehrwert für sie zu schaffen – ohne Kompromisse. So stellen wir sicher, dass wir den Erfolg der Vergangenheit als Verpflichtung für die Erfolge der Zukunft sehen.

**Mit der Fokussierung auf den Kundenmehrwert haben Sie den Wandel der Unternehmenskultur eingeleitet. Was sehen Sie dabei als Kernpunkt?** Grundsätzlich verändert man eine Unternehmens- und Führungskultur nicht durch Newsletter, Poster



oder Aufkleber. Kultur wandelt sich erst, wenn sich Verhalten nachhaltig ändert. Und das fängt beim Vorstand und bei mir als Vorsitzendem an. Wir haben uns Anfang 2012 auf eine Reihe von Kernwerten verständigt und diese jetzt auch zum Gegenstand unserer Leistungsbeurteilung gemacht. Wir wollen eine konstruktive Streitkultur, wenn es darum geht, nach neuen Lösungen zu suchen. Das heißt: in der Entscheidungsfindung weniger Hierarchie und mehr Offenheit allen Argumenten gegenüber. Wenn wir dann aber eine Entscheidung getroffen haben, dann wollen wir auch eine konsequente und kompromisslose Umsetzung.

**Wie stark wird dieses Modell heute schon gelebt?**

Wir haben die Startphase erfolgreich absolviert und befinden uns nun im Aufbaustadium. Die gelebte Veränderung spürt man auch schon an vielen Stellen im Unternehmen. Dieser Erfolg basiert wesentlich auf den verschiedenen Entwicklungsprogrammen für unsere Mitarbeiter und Führungskräfte. Dazu zählen beispielsweise unsere „Leadership for Growth“-Workshops, die eine neue Führungskultur fördern. Mehr als 26.000 Mitarbeiter haben bereits an diesen Workshops teilgenommen – und der Prozess ist noch lange nicht abgeschlossen.

**Die Bereitschaft zur Veränderung ist auch in strategischer Hinsicht entscheidend. Wo steht die METRO GROUP beim Thema Innovation und wo soll die Reise hingehen?**

Es freut mich sehr, dass wir seit Anfang April meinen Vorstandskollegen Pieter Haas an Bord haben, der sich

dem Thema Innovation nun umfassend widmen kann. Pieter Haas hat die ersten sechs Monate zu einer Bestandsaufnahme genutzt und bereits konkrete Vorschläge zu Organisation und Umsetzung gemacht. Im neuen Geschäftsjahr wollen wir über erste Projekte entscheiden. Ab dann werden wir den Innovationsprozess stetig beschleunigen.

**Sie haben 2013 die Verantwortung für METRO Cash & Carry übernommen. Was haben Sie sich vorgenommen?**

Im Wesentlichen zwei Dinge: den Erfolg, den wir an vielen Stellen sehen, konsequent weiter auszubauen. Und die vielen guten Ideen, die heute schon in METRO Cash & Carry stecken, über das gesamte Unternehmen hinweg zu vollem Glanz zu bringen. Denn ich bin überzeugt, dass wir schon heute in einzelnen Ländern den internationalen Maßstab im Cash-and-Carry-Geschäft setzen können. Beispielsweise in Frankreich, Russland, Tschechien und Bulgarien. Wir haben mit die stärksten Cash-and-Carry-Geschäftsmodelle, die es weltweit gibt. Aber: Wir haben auch in einigen Ländern noch eindeutige Defizite. Eine meiner Kernaufgaben wird sein, gemeinsam mit den Teams die Leistungsniveaus zu heben.

**Auch bei METRO Cash & Carry Deutschland hat sich in der vergangenen Zeit einiges verändert. Wie zuversichtlich sind Sie mit Blick auf die künftige Entwicklung?**

Das Potenzial für METRO Cash & Carry im deutschen Markt ist unbestritten. Der gewerbliche Bereich wird auch in den nächsten Jahren weiterhin zulegen. Vor diesem Hintergrund habe

«  
**Rund zwei Milliarden Euro weniger Schulden innerhalb eines Jahres – das ist ein starkes Signal an die Kapitalmärkte und ein Beleg für die Glaubwürdigkeit unserer Strategie.**  
 »





«  
 Wir sind heute schon erheblich weiter als noch vor einem Jahr – aber bei Weitem noch nicht da, wo wir hinmüssen.  
 »

ich keine Zweifel, dass wir unsere Marktanteile zurückgewinnen werden. Das bedeutet allerdings: Arbeit am Sortiment, im Vertrieb und auch im Bereich Belieferung, den wir weiter ausbauen werden. Mit der Einführung neuer Sortimente hat METRO Cash & Carry im Rumpfgeschäftsjahr bereits einen großen Schritt nach vorn gemacht. Ich bin für das Geschäftsjahr 2013/14 sehr zuversichtlich, dass wir in der Umsatz- und Ergebnisentwicklung ein deutliches Signal setzen werden.

**2014 feiert die Vertriebslinie ihr 50-jähriges Jubiläum. Was für einen Schub für das Geschäftsjahr erhoffen Sie sich davon?**

Ich wünsche mir, dass wir das Jubiläum als Anlass zum Feiern sehen, aber auch als Verpflichtung, unsere Ausrichtung auf unsere Kernzielgruppen künftig noch konsequenter zu leben. Bei METRO Cash & Carry ist unglaublich viel passiert in den vergangenen Monaten, und jetzt haben wir die Chance, dies zu kommunizieren und auch gemeinsam mit unseren Kunden zu feiern. Denn vieles von dem, was wir heute schon tun, ist im Markt vielleicht noch gar nicht bekannt. Unser Jubiläum bietet die ideale Gelegenheit, die Kommunikationsintensität zu erhöhen und somit eine größere Reichweite zu erzielen, wenn es darum geht, METRO Cash & Carry wiederzuentdecken.

**Eines der wichtigsten Themen bei Media-Saturn ist derzeit der Online-Handel. Die Vertriebslinie hat auch eine eigene Strategie entwickelt, um Marktanteile zu gewinnen. Wie stark hat Media-Saturn inzwischen aufgeholt?**

Wir wachsen im Online-Handel in den beiden Kernmarken, also Media Markt und Saturn, deutlich über 100 Prozent – allerdings ausgehend von einem niedrigen Niveau. Redcoon legt in der Größenordnung von fast 40 Prozent zu. Insgesamt ist der Online-Umsatzanteil in der Unterhaltungselektronik in den vergangenen beiden Jahren deutlich langsamer als zuvor gestiegen. Wenn der Markt – oder der Anteil an Online-Transaktionen – relativ langsam wächst und wir aber so rasant wachsen, dann heißt das im Umkehrschluss, dass wir uns Marktanteile zurückholen, und zwar mit Siebenmeilenstiefeln.

**Welchen Anteil kann das Online-Geschäft bei Media-Saturn letztendlich erreichen?**

Wir sind jetzt bei fast 6 Prozent im Rumpfgeschäftsjahr. Für 2015 haben wir 10 Prozent ausgerufen. Ich denke, das ist das Minimum.

**Für die Vertriebslinie Real haben Sie das Renditeziel von 2 Prozent ausgegeben. Welche Maßnahmen tragen dazu am meisten bei?**

Zum einen die flächendeckende Anwendung von vielen erfolgreichen Konzepten, die wir in der Vergangenheit nur punktuell umgesetzt haben. Zum anderen die noch stärkere regionale und lokale Ausrichtung der

SB-Warenhäuser. Dazu haben wir unter anderem den Geschäftsführern der Standorte mehr Eigenverantwortung übertragen. Zudem gilt es, den Fokus der Kunden verstärkt auf unsere Sortimentskompetenz zu richten. Das bedeutet beispielsweise, deutlich herauszustellen, wo wir anderen Formaten überlegen sind, weil wir etwa Produkte variieren oder kombinieren können. So bringen wir Real wieder voran.

**Galeria Kaufhof weist seit vielen Jahren eine sehr erfreuliche Entwicklung auf. Bleibt es dennoch bei der Aussage, dass die METRO GROUP der falsche Eigentümer für Kaufhof ist?**

Stand heute: Ja. Denn die Kapitalrenditen sind bei METRO Cash & Carry und Media-Saturn immer noch deutlich überlegen – trotz der Rückgänge, die in einzelnen Märkten zu verzeichnen waren. In der aktuellen Situation, in der wir nach wie vor die Investitionsbudgets konsolidieren und das Unternehmen weiter entschulden wollen, werden wir uns bei Galeria Kaufhof auf die notwendigen Modernisierungsinvestitionen konzentrieren. Insgesamt hat Galeria Kaufhof sich so positiv entwickelt, dass wir heute sagen können: Wir sind vielleicht nicht der beste Eigentümer, aber ein glücklicher.

**Die METRO GROUP hat dem Thema Nachhaltigkeit einen höheren Stellenwert eingeräumt. Welche Fortschritte haben Sie gemacht?**

Wir haben im vergangenen Jahr gezielt an Kernthemen gearbeitet wie zum Beispiel einer höheren Energieeffizienz und der Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie entsprechende Maßnahmen eingeleitet. Auch strukturell

sind wir vorangekommen. Mit unserer Nachhaltigkeitsorganisation, besonders mit unserem Nachhaltigkeitsrat, haben wir nun eine deutlich stärkere Präsenz in den Vertriebslinien. Ich bin auch erfreut darüber, dass wir mittlerweile in allen Vertriebslinien fünf Kernprozesse definiert haben, mit denen wir konkrete Nachhaltigkeitsziele verknüpfen. Diese werden wir künftig bei unserer Entscheidungsfindung berücksichtigen, beispielsweise bei Standortöffnungen. So wird Nachhaltigkeit in der METRO GROUP zunehmend Teil des Tagesgeschäfts.

**Sie sind vor zwei Jahren in recht stürmischen Zeiten CEO der METRO GROUP geworden. Fühlen Sie sich heute in ruhigeren Fahrwassern?**

In dem Moment, in dem man sagt: „Wir sind in ruhigen Fahrwassern“, macht man aus meiner Sicht schon den ersten Fehler. In unserer globalisierten Welt kann immer wieder ein Rückschlag kommen. Deswegen – und das ist nicht nur meine Einstellung, sondern unser Credo hier im gesamten Vorstand – gehen wir nie von Rückenwind aus. Wir haben uns vielmehr darauf eingestellt, dass die Rahmenbedingungen herausfordernd bleiben. Mittlerweile fühlen wir uns aber komfortabler in Bezug auf die Steuerung. Die vielen losen Enden, die wir 2011 noch hatten, sind deutlich weniger geworden. Daher sind wir gewiss, dass wir die Dinge im Griff haben. Und das ist schon ein wesentlich besseres Gefühl als vor zwei Jahren.

**Worüber haben Sie sich am meisten gefreut in den zwei Jahren?**

Schwer zu sagen – es gab viele schöne Momente. Besonders freue ich mich,

wenn nach harter Arbeit in einem Bereich oder an einem Thema die Maßnahmen greifen. Genauso begeistert es mich, wenn Bereiche, die heute schon leistungsstark sind, nicht aufhören, ihre Leistungen weiter zu verbessern. Und es ist immer wieder faszinierend zu sehen, welche Energie dieser Erfolg dann wiederum entfacht.

**Gibt es etwas, das Ihnen schlaflose Nächte bereitet?**

Nein, schlaflose Nächte habe ich nicht. Sorgen bereiten mir allerdings immer noch volkswirtschaftliche Risikofaktoren, etwa die Eurokrise. Hier ist weiterhin große Aufmerksamkeit nötig.

**Wo wird die METRO GROUP in fünf Jahren stehen?**

Unser Unternehmen wird deutlich an Attraktivität für seine Kunden gewonnen und die Marktposition in den entscheidenden Märkten signifikant ausgebaut haben. Gleichzeitig sollte sich die Ertragskraft nicht nur stabilisiert, sondern spürbar verbessert haben. In fünf Jahren sollten unsere Formate die Kunden und den Kapitalmarkt so überzeugen, dass die Frage nicht lautet: Warum gibt es eigentlich die METRO? Sondern vielmehr: Warum gibt es nicht mehr von der METRO?

# STRATEGISCHE AUSRICHTUNG DER METRO GROUP

## METRO GROUP

Die METRO GROUP mit Hauptsitz in Düsseldorf ist eines der international führenden Handelsunternehmen. Weltweit setzen sich 269.493 Mitarbeiter dafür ein, die Erwartungen unserer Kunden optimal zu erfüllen. Unser operatives Geschäft konzentriert sich auf den Groß- und Einzelhandel einschließlich des Online-Handels. In diesen Bereichen nehmen unsere vier 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.
- Galeria Kaufhof ist Marktführer im Warenhausgeschäft in Deutschland und Belgien.

Mit ihren Produkten und Dienstleistungen richten sich unsere Vertriebslinien an gewerbliche beziehungsweise private Kunden in 32 Ländern Europas, Asiens und Afrikas. Um neue Zielgruppen zu gewinnen und Kunden langfristig zu binden, erschließen die Vertriebslinien neue Absatzkanäle und verzahnen ihr stationäres Geschäft zunehmend mit dem Online-Handel. Zudem ist Media-Saturn über eigene Tochtergesellschaften im reinen Internethandel vertreten.

Unser attraktives Portfolio an Handelsimmobilien sowie die zugehörigen Aktivitäten haben wir bislang in unserer Gesellschaft METRO PROPERTIES gebündelt. Seit dem 1. Oktober 2013 sind deren operative Tätigkeiten in die Vertriebslinien integriert und nicht länger als separates Segment ausgewiesen.

## 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 unsere Margen verbessern, die Kostenpositionen und den Cashflow optimieren 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. 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 neu aus, um zusätzliche Impulse für Produktivitätssteigerungen zu setzen.

## 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 Geschäftssystem zu investieren, das gesund und wettbewerbsfähig 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 und der Türkei eröffnen – und 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 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 auf den Seiten 130 bis 132.

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

Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsmanagement der METRO GROUP finden sich auf den Seiten 133 bis 145.

## METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry ist international führend im Selbstbedienungsgroßhandel. Die größte Vertriebslinie der METRO GROUP, die 2014 ihr 50-jähriges Bestehen feiert, ist zugleich deren Namensgeber: 1964 eröffnete der im Februar 2013 verstorbene Gründer Otto Beisheim den ersten METRO Cash & Carry Großmarkt in Mülheim an der Ruhr. Das seinerzeit revolutionäre Konzept: Gewerbliche Kunden konnten ihre Ware gebündelt unter einem Dach selbst zusammenstellen, bar bezahlen und abtransportieren. METRO Cash & Carry hat sein Geschäftsmodell im Lauf der Jahrzehnte kontinuierlich um neue Angebote und Dienstleistungen erweitert, die auf die Bedürfnisse der Kunden und die lokalen Anforderungen zugeschnitten sind.

Heute hat sich unsere Vertriebslinie in der internationalen Branchenspitze etabliert.

Unsere Vertriebslinie ist unter den Markennamen METRO und MAKRO in 29 Ländern Europas, Asiens und Afrikas vertreten. In Deutschland ergänzt zudem die Marke C+C Schaper das Portfolio. Rund 120.000 Beschäftigte weltweit arbeiten täglich für den Erfolg ihrer Kunden. Vor allem Hotel- und Restaurantbesitzer, Cateringunternehmen, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister und Behörden schätzen das umfassende Angebot von METRO Cash & Carry. Für jede dieser Kundengruppen bietet unsere Vertriebslinie maßgeschneiderte Sortimente und Dienstleistungen mit einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Hinzu kommen spezielle Lösungsangebote wie Handelskonzepte und Beratungsleistungen, die gewerbliche Kunden in ihrem jeweiligen Geschäft optimal unterstützen und erfolgreicher machen.

Der Kunde ist der Dreh- und Angelpunkt aller Leistungen und Angebote von METRO Cash & Carry. Unsere Vertriebslinie versteht sich als gleichberechtigter Partner der Kunden, der nicht nur Ware verkauft, sondern das Geschäft und die spezifischen Herausforderungen der Gewerbetreibenden kennt und ihnen dabei hilft, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Auf diese Weise stellt METRO Cash & Carry als Großhändler den nachhaltigen Erfolg seiner Kunden sicher. Denn nur so kann das Unternehmen selbst nachhaltiges Wachstum bei Umsatz und Ertrag generieren.

Dem verstärkten Fokus auf den Kunden entsprechend hat METRO Cash & Carry im Rumpfgeschäftsjahr die internen Strukturen weiter angepasst: Seit Sommer 2013 sind die Landesgeschäftsführer direkt für die Fachbereiche verantwortlich, die für die Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten besonders wichtig sind. Dazu zählen insbesondere das Marketing, das Kundenmanagement, das Zielgruppenmanagement sowie die Preisgestaltung. Sämtliche damit zusammenhängende Prozesse werden auf den Prüfstand gestellt, um sie gezielt und messbar zu verbessern. In allen METRO Cash & Carry Ländern arbeiten lokale Spezialisten gemeinsam mit Experten aus der Unternehmenszentrale an einem noch stärker auf die Kundenbedürfnisse ausgerichteten Angebot, einer höheren Warenverfügbarkeit, einer neuen zielgruppenspezifischen Sortimentsgestaltung, einer wettbewerbsfähigen Preispolitik sowie an Dienstleistungen für einen komfortablen Einkauf.

## Maßgeschneiderte Sortimente und Dienstleistungen

Ein vielfältiges Sortiment, Qualität, Frische und maßgeschneiderte Dienstleistungen – das sind die Vorteile, mit denen METRO Cash & Carry in 29 Ländern weltweit überzeugt. Die Vertriebslinie konzentriert sich mit einem differenzierten Lebensmittelsortiment, einem ausgewählten Angebot an Nicht-Lebensmittel-Artikeln und maßgeschneiderten Lösungen auf unabhängige Geschäftsleute. Sie vertreibt Produkte renommierter Hersteller sowie Eigenmarken, die hohe Qualität mit einem attraktiven Preis vereinen. Das gesamte Sortiment umfasst rund 50.000 Artikel. Großen Wert legt METRO Cash & Carry auf lokale Produkte: So stammen bis zu 90 Prozent der Waren von einheimischen Erzeugern und Anbietern. Unsere Vertriebslinie hat ihr lokales Sortiment 2013 weiter ausgebaut. Anhand von Kundenbefragungen hat METRO Cash & Carry zudem in Deutschland rund 300 neue Produkte identifiziert, die im Juli 2013 in den Großmärkten eingeführt wurden; Ende September waren es bereits 550 Produkte. Als Vorbild dienten dabei die Sortimente und gastronomischen Angebote anderer europäischer Länder. So ergänzen zum Beispiel italienische Antipasti, spanische Wurst und französische Tartelettes, die direkt aus den Ländern bezogen werden, das deutsche Sortiment.

Eine weitere Stärke ist das Vertriebskonzept: Es ist so flexibel, dass es sich optimal an die spezifischen Bedingungen und Anforderungen in den jeweiligen Ländern anpassen lässt. METRO Cash & Carry variiert seine Formate vor allem mit Blick auf die Sortimentstiefe und die Verkaufsfläche, die zwischen 2.500 und 22.000 Quadratmeter umfassen kann. Die Mehrzahl der Märkte hat eine Verkaufsfläche zwischen 6.500 und 8.500 Quadratmetern.

In ersten Ländern hat METRO Cash & Carry bereits damit begonnen, das bisherige Geschäftsmodell weiterzuentwickeln: Dieses richtet sich noch stärker an den lokalen Kundenbedürfnissen und Wettbewerbsbedingungen aus. Das neue Modell basiert auf regionalen Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie einer lokalen Umfeldanalyse. Das Besondere dabei: Die Kunden und Mitarbeiter werden von Anfang an eng eingebunden und begleiten den Veränderungsprozess durch die Teilnahme an gemeinsamen Kunden- und Mitarbeiterkomitees. In Spanien und Italien wurden bereits 12 Großmärkte erfolgreich gemäß diesem Geschäftsmodell umgebaut: Anpassungen betreffen insbesondere das Marktlayout, die Sortimentsgestaltung und die Warenpräsentation.

In Deutschland wurden im Rumpfgeschäftsjahr 3 Märkte neu gestaltet und wiedereröffnet.

## Ausgerichtet auf die Kunden: innovative Vertriebsformate

Zusätzlich zum klassischen Großmarkt konzipiert METRO Cash & Carry weitere Vertriebsformate, um noch besser auf die Bedürfnisse unterschiedlicher Kundengruppen eingehen zu können. Speziell für Innenstadtlagen hat unsere Vertriebslinie beispielsweise das Konzept der sogenannten City Centre Stores in Frankreich entwickelt und auch in Italien erfolgreich eingeführt. Diese Märkte mit Verkaufsflächen von bis zu 3.000 Quadratmetern sind eng auf die Bedürfnisse der Kernzielgruppe von Hotels, Restaurants und Caterern zugeschnitten und bieten überwiegend frische Lebensmittel an. Dank der zentralen Innenstadtlage kann METRO Cash & Carry Liefer- und Anfahrtswege verkürzen. Dies ermöglicht einen schnellen und komfortablen Einkauf – und erleichtert es den Kunden, auch kurzfristigen Bedarf zeit- und kostensparend zu decken.

## Erweitertes Geschäftsmodell: Belieferung

Die Waren an die Kunden auszuliefern, widersprach lange der ursprünglichen Cash-and-Carry-Idee. Inzwischen zählt der Lieferservice zu den bedeutenden Erfolgen bei der Weiterentwicklung des Vertriebskonzepts. METRO Cash & Carry spricht mit dieser Erweiterung des Geschäftsmodells vorrangig Hotel- und Restaurantbesitzer sowie Cateringunternehmen an. Das 2009 gestartete Angebot ist inzwischen fester Bestandteil der Dienstleistungen in allen Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist. Mehrere Tausend Mitarbeiter weltweit sind damit beschäftigt, Kundenbestellungen zu bearbeiten, Waren zu kommissionieren und diese auszuliefern. Mit ihrem Lieferservice erzielte unsere Vertriebslinie im Berichtszeitraum einen Umsatz von rund 2,0 Mrd. € – eine Steigerung um 19,6 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Zeitraum 2012.

Auch beim Belieferungsservice steht der Kundenmehrwert im Mittelpunkt: Der einfache Bestellvorgang ermöglicht einen zeitsparenden Einkauf. Die Gewerbetreibenden können ihre Ware in gewohnt hoher Qualität und zu fairen Preisen individuell ordern. In einigen Ländern bietet unsere Vertriebslinie zudem die Möglichkeit an, die Ware online zu bestellen. In der Regel erhalten die Kunden die Produkte innerhalb von

24 Stunden. Der Belieferungsservice garantiert gleichbleibend hohe Qualität und Sicherheit der Produkte. Denn mit der Belieferung gewährleistet METRO Cash & Carry, dass die Kühlkette in der Logistik nicht unterbrochen wird und sämtliche Vorgaben des international anerkannten Qualitätssicherungskonzepts HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points, Gefährdungsanalyse und zentrale Kontrollpunkte) jederzeit eingehalten werden. Weitere Dienstleistungen wie individuelle Bestellformulare oder Vorkommissionierung mit Abholung im Markt runden das Angebot ab. Zudem ergänzen Online-Shops den stationären Handel unter anderem in China, Polen, den Niederlanden, Rumänien und Ungarn.

## Nah beim Kunden: Sales-Force

Unterstützt wird der Service auch durch die Außendienstmitarbeiter der Vertriebslinie, die als Sales-Force direkt bei den Kunden im Einsatz sind und vor Ort als erste Ansprechpartner für Kundenwünsche agieren. Ziel ist es, Beratung und Service für die Kunden zu optimieren, das vorhandene Potenzial der Kunden durch eine individuellere Ansprache noch besser auszuschöpfen und zusätzliche Umsätze zu generieren. Den speziell geschulten Außendienstmitarbeitern steht ein einzigartiges Artikelportfolio zur Verfügung, das sie ihren Kunden aktiv anbieten können. In Deutschland hat METRO Cash & Carry darüber hinaus neue Kernsortimente für ausgesuchte Kundengruppen definiert, beispielsweise für Gastronomen, Bäcker und Metzger.

## Konsequente Serviceorientierung

Die Unterstützung unabhängiger Lebensmittelhändler – vor allem in aufstrebenden Märkten – ist für METRO Cash & Carry ein wichtiges Geschäftssegment. Für diese Kundengruppe hat unsere Vertriebslinie daher spezielle Programme entwickelt. Im Kern zielen diese darauf ab, die Wettbewerbsfähigkeit der kleinen Händler zu stärken, deren Unabhängigkeit abzusichern und langfristige Beziehungen zu ihnen aufzubauen. Die Programme beinhalten je nach Land lokal zugeschnittene Maßnahmen, um das Geschäft der Gewerbetreibenden zu professionalisieren und zu modernisieren. Gemeinsam mit dem Kunden analysiert und bewertet METRO Cash & Carry beispielsweise die spezifische Marktsituation und den Betrieb. Auf Basis der erhobenen Daten erarbeiten die Mitarbeiter der Vertriebslinie konkrete Verbesserungsvorschläge, etwa mit Blick auf Sortimente, Preise, Ladengestaltung und Marketing. In Russland und Indien bietet METRO Cash & Carry zudem regelmäßige Seminare für unabhängige Händler an, um ihnen wertvolles Handelswissen zu vermitteln.



Unter anderem in Bulgarien, Polen, Rumänien und Serbien hat unsere Vertriebslinie ein Franchise-Konzept entwickelt, das sich an kleine unabhängige Lebensmittelhändler und Kioske richtet. METRO Cash & Carry agiert dabei ähnlich wie ein Franchise-Geber mit eigenem Markenauftritt und bietet den Unternehmern Schulungen, Beratungen zur Sortimentsgestaltung, Marketingpakete und einen professionellen Preisvergleich an. In ihrer Geschäftsführung bleiben die Ladenbesitzer vollkommen eigenständig, nutzen aber einheitliche Logos und den gemeinsamen Markenauftritt für sich. METRO Cash & Carry stellt das erforderliche Know-how bereit, sorgt für die professionelle Betreuung und liefert die Produkte. Im Gegenzug erklären sich die Händler dazu bereit, unter anderem eine Mindestanzahl von Eigenmarkenartikeln und Produkten in ihr Sortiment aufzunehmen. Das Angebot der kleinen Lebensmittelmärkte ist so zusammengestellt, dass lokale Verbraucher dort alles für ihren täglichen Bedarf finden – auch frisches Obst und Gemüse. Alle Betreiber halten sich an die vereinbarten Standards: Das sichert den Wert der Marke. In Polen beispielsweise haben sich unter dem Namen ODIDO rund 2.000 kleine Händler dem Konzept angeschlossen – das sind etwa 400 mehr als zum Jahresende 2012. In Rumänien treten rund 600 Kunden von METRO Cash & Carry unter dem Namen LaDoiPași auf. Unsere Vertriebslinie unterstützt die Gewerbetreibenden darüber hinaus auch bei Neugründungen.

## Starke Eigenmarken für professionellen Bedarf

Seit 2009 treibt METRO Cash & Carry seine Eigenmarkenstrategie mit einem fokussierten Produktportfolio voran: Die sechs Kerneigenmarken Aro, H-Line, Horeca Select, Fine Food, Rioba und Sigma stehen für ein erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis und bieten damit einen echten Mehrwert, insbesondere für Profikunden. Der Anteil der Eigenmarken am Gesamtumsatz von METRO Cash & Carry stieg im Berichtszeitraum auf 17,0 Prozent. Das entspricht einem Umsatz von 3,8 Mrd. €.

Als Erfolgsgeschichte erweist sich insbesondere die Eigenmarke Rioba, die Produktlösungen speziell für Cafés und Bars umfasst. Das Angebot reicht von professionellen Espressomaschinen über komplette Geschirrsortimente und hochwertige Kaffeesorten bis hin zu Gebäck. So gibt es mittlerweile verschiedene Rioba-Cafés, die im Rahmen eines Partnerschaftsmodells zwischen METRO Cash & Carry und Café-Unternehmern entstanden sind. Diese Cafés werden als Komplettlösung vollständig mit Produkten der Eigenmarke betrieben.

## Internationale Präsenz ausgebaut

METRO Cash & Carry ist die international am stärksten vertretene Vertriebslinie der METRO GROUP. Sie ist in 29 Ländern auf drei Kontinenten präsent und trifft in jedem einzelnen Markt auf unterschiedliche Rahmenbedingungen. Während in westeuropäischen Märkten die Handelsstrukturen bereits vollständig ausgebaut sind, befinden sich die osteuropäischen, asiatischen und afrikanischen Länder in unterschiedlichen Entwicklungsstadien – dies gilt es in der täglichen Arbeit zu berücksichtigen.

METRO Cash & Carry hat die Expansion auch 2013 weiter fortgesetzt. Insgesamt belief sich die Zahl der neu eröffneten Großmärkte auf 10. Der internationale Anteil am Umsatz stieg von 84,5 Prozent auf 84,7 Prozent. Gemäß unserer Strategie haben wir uns zunächst in den vorhandenen Märkten auf Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche konzentriert und die Expansion in ausgewählten bestehenden Ländern beschleunigt. Schwerpunkte der fokussierten Expansion sind generell die Wachstumsregionen Osteuropa und Asien, im Besonderen die Länder China und Russland.

## Media-Saturn

Gemessen am Umsatz ist Media-Saturn die zweitgrößte Vertriebslinie der METRO GROUP und Nummer eins unter den Elektrofachhändlern in Europa. Zur Unternehmensgruppe gehören Media Markt, Saturn, der Internethändler Redcoon, an dem Media-Saturn seit Juni 2013 100 Prozent der Anteile hält, sowie der russische Online-Shop 003.ru. Diese Marken treten eigenständig am Markt auf. Das Unternehmen 24-7 Entertainment, Europas führender Technologie-Anbieter für den Vertrieb digitaler Inhalte, ist ebenfalls Teil der Vertriebslinie. Media-Saturn ist zudem an dem Technikdienstleister xplace beteiligt, europaweit führend im Bereich interaktive Kundeninformation, sowie an Flip4New, Deutschlands führendem Anbieter für den Ankauf von gebrauchten Elektronikprodukten. Die Vertriebsmarken Media Markt und Saturn zeichnen sich aus durch attraktive Angebote, eine große Auswahl an innovativen Produkten, ein umfassendes Sortiment an Topmarken und Eigenmarken, besten Service sowie auffällige und originelle Werbung. Eine dezentrale Organisationsstruktur, engagierte Mitarbeiter und unternehmerischer Mut bilden die Eckpfeiler der Unternehmensphilosophie. Sie stützen das internationale Wachstum von Media Markt und Saturn. Die beiden Vertriebsmarken setzen auf einen Mehrkanalvertrieb (Multi-



channel-Vertrieb), das heißt auf die enge Verzahnung des stationären Geschäfts mit den entsprechenden Online-Shops. Redcoon und 003.ru wiederum sind als Online-Discounter für Elektronikprodukte positioniert und vertreiben ihre Waren ausschließlich über das Internet. Bei Flip4New haben Kunden die Möglichkeit, gebrauchte Elektronikartikel auf saturn.de und in allen deutschen Saturn-Märkten gegen Einkaufsgutscheine zu tauschen. Media Markt und Saturn bieten diesen Ankaufservice zusätzlich in den Niederlanden und Österreich an; Media Markt außerdem noch in Schweden.

## Kultur des Wettbewerbs

Die unabhängige Aufstellung von Media Markt, Saturn, Redcoon und 003.ru fördert den Wettbewerb zwischen den Unternehmen und steigert deren Leistungsstärke. Die einzelnen Media Märkte und Saturn-Häuser sind zudem in der Regel als eigenständige Gesellschaften aufgestellt, an denen die Geschäftsführer vor Ort mit bis zu 10 Prozent beteiligt sind. Damit einher geht eine entsprechende Entscheidungsfreiheit und Flexibilität. Die Elektrofachmärkte steuern zum Beispiel Werbemaßnahmen, Produktauswahl und Personalplanung in Eigenregie. Auch die Mitarbeiter verfügen über ein hohes Maß an Eigenverantwortung im operativen Geschäft. Das stärkt ihre Identifikation mit dem Unternehmen, steigert die Motivation und fördert nicht zuletzt die Ausrichtung am Kunden. Denn die Mitarbeiter kennen die Kundenbedürfnisse und die Anforderungen vor Ort aus erster Hand. Die Organisationsstruktur von Media Markt und Saturn stellt sicher, dass jeder Markt flexibel auf die lokalen Rahmenbedingungen eingehen kann.

## Umfassende Auswahl und Service

Media Markt und Saturn verstehen sich als Trendsetter ihrer Branche. Dies spiegelt sich in der Auswahl der Produkte, der Warenpräsentation sowie der Gestaltung der Märkte wider. Das Gesamtsortiment der sogenannten Flagship-Standorte – Vorzeigemärkte in exponierten Lagen – umfasst bis zu 100.000 Artikel, darunter vor allem Klein- und Großelektronik sowie Unterhaltungselektronik und -medien. Zusätzlich bieten die Vertriebsmarken Dienstleistungen wie Finanzierung, Garantieverlängerung, Reparatur und Altgerätee Entsorgung an. Unter dem Begriff „Power Service“ bündeln Media Markt und Saturn weitere Leistungen, beispielsweise Lieferung, Montage, Datenrettung, die Überprüfung

von Einbaugeräten und Satellitenanlagen sowie Wartungspakete. Die Verkaufsflächen der Elektrofachmärkte liegen zwischen rund 1.000 und 18.000 Quadratmetern.

## Duale Online-Strategie

Verbraucher nutzen immer stärker das Internet, um sich über Produkte zu informieren und Waren und Dienstleistungen zu beziehen. Die Media-Saturn-Unternehmensgruppe trägt dieser Entwicklung mit einer dualen Online-Strategie Rechnung. Während Media Markt und Saturn Kunden international zunehmend sowohl über das stationäre Geschäft als auch über Online-Shops ansprechen, positionieren sich Redcoon und 003.ru als reine Internethändler. Ziel ist es, auch im Internet führend im europäischen Elektrofachhandel zu sein.

Ein Kernelement bildet der sogenannte Mehrkanalvertrieb. So bieten Media Markt und Saturn ihren Kunden die Möglichkeit, Produkte wahlweise online von zu Hause aus, per Smartphone von unterwegs oder über die Elektrofachmärkte vor Ort zu beziehen. Die Waren lassen sich zum Beispiel online bestellen und bei entsprechender Verfügbarkeit noch am gleichen Tag im nächstgelegenen Markt abholen. Will ein Kunde für einen im Internet gekauften Artikel zusätzlich Serviceleistungen in Anspruch nehmen, kann er dies ebenfalls im Markt seiner Wahl tun. Teilweise lassen sich sogar Servicepakete direkt online buchen. Media Markt und Saturn haben ihr Online-Angebot darüber hinaus in einigen Ländern speziell für Smartphones optimiert, um Kunden den Einkauf von unterwegs zu ermöglichen. Der Mehrkanalvertrieb wird konsequent weiter ausgebaut. Zum Ende des Rumpfgeschäftsjahres konnten Kunden in 13 Ländern online bei Media Markt beziehungsweise bei Saturn einkaufen: in Belgien, Deutschland, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland, Schweden, der Schweiz, Spanien, der Türkei und Ungarn.

Das zweite Kernelement der Strategie von Media-Saturn ist der reine Online-Handel. Die Vertriebsmarke Redcoon, einer der größten Online-Discounter für Fernseher, Haushaltsgeräte, Computer, Notebooks, Smartphones, Digitalkameras und Hi-Fi im deutschsprachigen Internet, ist in zehn Ländern Europas vertreten. Mit Redcoon kann Media-Saturn gezielt diejenigen Verbraucher ansprechen, die preisorientiert im Internet einkaufen. In Russland ist Media-Saturn in diesem Segment mit dem Unternehmen 003.ru vertreten, das seit Juli 2012 zur Gruppe gehört.

Darüber hinaus bieten Media Markt und Saturn schon seit mehreren Jahren digitale Produkte – beispielsweise Musik- und Filmdateien, Computerspiele und -programme sowie E-Books – über das Internet an. Über den Dienst „JUKE“ der 24-7 Entertainment GmbH wiederum erhalten Kunden im Rahmen eines Abonnements per Streamingverfahren unbegrenzt Zugriff auf mehr als 20 Millionen Musiktitel – über den Computer, über Smartphones und Tablets sowie über ausgewählte digitale Unterhaltungssysteme für Zuhause.

## Eigenmarkenfamilie vollständig

Bereits seit 2010 bieten Media Markt und Saturn in Europa exklusive Eigenmarken an: „ok.“ für das Preiseinstiegssegment sowie „KOENIC“ für hochwertige kleine und große Haushaltsgeräte. Darüber hinaus hat Media-Saturn die Marke „PEAQ“ für Unterhaltungselektronik sowie die Marke „ISY“ für Zubehör eingeführt. Insgesamt sind derzeit rund 450 Eigenmarkenartikel verfügbar. Damit decken die Elektrofachhändler alle Preissegmente und eine Vielzahl an Produktkategorien ab. Um eine hohe Produktqualität sicherzustellen, kooperiert das Unternehmen mit renommierten Herstellern. Eigenmarkenprodukte sind in nahezu allen Ländern erhältlich, in denen Media Markt und Saturn vertreten sind. Media Markt und Saturn nehmen diese Produkte zudem sukzessive in das Sortiment ihrer jeweiligen nationalen Online-Shops auf.

## Starke Marketingkampagnen

Media Markt und Saturn sind für ihre außergewöhnlichen Werbekampagnen und die einprägsamen Markenbotschaften bekannt – in Deutschland und in anderen Ländern. Die Werbung von Media Markt und Saturn soll gleichermaßen informieren, unterhalten, polarisieren und anziehen. Im Berichtsjahr haben die Vertriebsmarken erneut Marketingkampagnen umgesetzt, die für breite Aufmerksamkeit sorgten. Ende September gab Media Markt die kurzzeitige Schließung der Märkte in Deutschland bekannt und startete einen sechstägigen Schlussverkauf an allen Standorten sowie im Netz. Der Elektrofachhändler nutzte die 48-stündige Zäsur am 2. und 3. Oktober 2013, um seine Märkte mit einem neuen Produktsortiment auszustatten und die anschließende Wiedereröffnung mit attraktiven Angeboten öffentlichkeitswirksam zu inszenieren. Saturn wiederum tritt unter der Markenbotschaft „Soo! muss Technik“ auf. Im Vordergrund stehen die Leidenschaft und Kompetenz der Vertriebsmarke für Technik. Media Markt und Saturn haben ihre Marketingkonzepte auf die Mehrkanalstrategie angepasst und

bauen ihre Präsenz in sozialen Netzwerken kontinuierlich aus. Saturn veröffentlicht zudem regelmäßig das kostenlose Kundenmagazin „TURN ON“, das Print- und Online-Medien verknüpft. Media Markt wiederum setzt verstärkt auf die Integration aller Medien, wobei die Vertriebsmarke die unterschiedlichen Kanäle je nach Anforderung individuell bespielt. Redcoon hat die 2012 unter dem Motto „So viel billig gab's noch nie“ gestartete Kampagne im Rumpfgeschäftsjahr fortgeführt.

## Dynamische Expansion

In Europa ist Media-Saturn die Nummer eins im Elektrofachhandel. Die Vertriebslinie war Ende September 2013 an 948 Standorten in 15 Ländern und über den reinen Online-Vertriebskanal in 2 weiteren Ländern vertreten. Media-Saturn verfügte im Rumpfgeschäftsjahr über 6 Elektrofachmärkte mehr als zum 31. Dezember 2012. Media-Saturn wird seine Expansion fortsetzen und 2013/14 national und international weitere Märkte eröffnen. Der Fokus liegt dabei vor allem auf Wachstumsmärkten wie beispielsweise Russland und Türkei. Der Online-Vertrieb wird ebenfalls weiter ausgebaut. Das Engagement von Media Markt in China endete im Rumpfgeschäftsjahr; der Entschluss hierzu beruhte auf den Erfahrungen und Prognosen der Ende 2012 abgeschlossenen zweijährigen Testphase.

## Real

Ein umfassendes Angebot an Lebensmitteln und Nicht-Lebensmitteln, hochwertige Frischeartikel und attraktive Preise: Dies alles macht Real zu einem der führenden SB-Warenhaus-Betreiber in Deutschland. Ziel ist es, Kunden das beste Einkaufserlebnis zu bieten. Unsere Vertriebslinie betreibt bundesweit 310 Märkte und 12 Standorte in der Türkei. Hinzu kommen 2 Drive-in-Lebensmittelmärkte in Deutschland sowie der Real Online-Shop. Das Geschäft in Rumänien, Russland und der Ukraine wurde im Berichtsjahr bis auf vier Märkte in Rumänien und einen Markt in Russland an das französische Handelsunternehmen Auchan abgegeben. Die Übertragung des Geschäfts in Polen wird in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2013/14 nach erfolgter Kartellfreigabe erwartet.

Die SB-Warenhäuser von Real verfügen über Verkaufsflächen von 5.000 bis 15.000 Quadratmetern. Sie bieten Kunden alle Produkte des täglichen Bedarfs unter einem Dach. Drei Viertel des Umsatzes erzielt Real mit Lebensmitteln. Den

Schwerpunkt des Angebots bilden Frischeprodukte, zum Beispiel Obst und Gemüse, Fleisch, Wurst, Fisch und Käse. Zusätzlich verfügt Real über ein breites Sortiment an Nicht-Lebensmitteln, darunter Elektronikartikel, Haushaltswaren und Textilien. Bis zu 80.000 verschiedene Artikel sind in jedem Real SB-Warenhaus erhältlich.

## Neuausrichtung des Kerngeschäfts

Um die Profitabilität zu steigern und den Mehrwert für die Kunden zu erhöhen, hat unsere Vertriebslinie eine Strategie entwickelt, an der sie das operative Geschäft seit 2013 ausrichtet. Ziel ist es, die Kunden konsequent in den Mittelpunkt zu stellen und für ihre individuellen Wünsche und Bedürfnisse optimale Lösungen zu finden. Dazu soll unter anderem eine dezentrale Organisation mit kürzeren Entscheidungswegen beitragen. Real hat aus diesem Grund den Vertrieb neu geordnet: Seit April 2013 gibt es in Deutschland nur noch drei statt sieben Vertriebsregionen. In der neuen Struktur mit den Regionen Nord, Süd und Ost übernehmen die SB-Warenhäuser mehr Eigenverantwortung und haben zugleich größere Gestaltungsspielräume, etwa mit Blick auf die Sortimente. Die Geschäftsleiter und ihre Teams können so mit lokalen Angeboten schneller und flexibler auf die Bedürfnisse und Einkaufsgewohnheiten ihrer Kunden reagieren.

## Nah am Kunden

Ein zentraler Baustein der Neuausrichtung ist die Territorialstrategie. Im Kern geht es darum, vorhandene Kundenpotenziale in den Einzugsgebieten der Märkte noch besser auszuerschöpfen. Dazu hat die Vertriebslinie anhand von Daten aus dem Customer Information Management (CIM) und aus dem Controlling das Einzugsgebiet jedes SB-Warenhauses analysiert. Payback-Daten über Kundengruppen wurden dabei ebenso berücksichtigt wie beispielsweise Wettbewerbseinflüsse und Kaufkraft. Diese Daten zeigen, in welchen Bereichen jeder Markt das größte Potenzial hat: bei der Zurück- und Neugewinnung von Kunden durch zielgerichtete Werbeaktivitäten, bei der Steigerung der Kundenfrequenz oder bei der Erhöhung des durchschnittlichen Einkaufsbetrags von Verbrauchern im Umkreis von fünf, zehn oder 15 Minuten Fahrtzeit. Auf Basis dieser Erkenntnisse können die Standorte gezielter auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen, konkretere Maßnahmen entwickeln und Angebote maßschneidern. Das kontinuierliche und tagesgenaue Controlling gibt in der Folge Aufschluss darüber, ob die Entscheidungen zielführend waren oder die

Standorte ergänzende Maßnahmen starten müssen. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 haben deutschlandweit 32 Pilotmärkte damit begonnen, die neue Territorialstrategie umzusetzen. Ab 2014 soll sie für alle 310 deutschen SB-Warenhäuser von Real gelten.

Nicht nur in der Kundenansprache und im Vertrieb, sondern auch bei der Zusammenstellung der Sortimente setzt Real im Zuge der Neuausrichtung zunehmend auf Regionalität. Damit reagiert die Vertriebslinie auf die verstärkte Nachfrage ihrer Kunden nach Produkten von Herstellern aus der näheren Umgebung. Im Berichtszeitraum hat Real bereits Kooperationen mit vielen lokalen Lieferanten gestartet. Seit Mitte 2013 gibt es zudem ein angepasstes Vertragswerk, das die Zusammenarbeit mit kleineren Produzenten vereinfacht und beschleunigt. Neue Werbemittel und mehr als 120 Hausmessen in den Märkten trugen dazu bei, „Gutes aus der Heimat“ für den Kunden erlebbar zu machen.

## Eigenmarkenanteil weiter erhöht

Eine günstige und qualitativ gleichwertige Alternative zu klassischen Markenprodukten in mittleren und oberen Preislagen bietet Real seinen Kunden mit den drei Eigenmarken „real-QUALITY“, „real- BIO“ und „real- SELECTION“. Mit „TiP“ führt die Vertriebslinie zudem eine der bundesweit bekanntesten Eigenmarken im Preiseinstiegssegment. Insgesamt hatte Real 2013 mehr als 5.000 Eigenmarkenprodukte im Sortiment. Die Waren, die Real unter eigenem Namen vertreibt, tragen zur Schärfung der Marke bei. Zudem steigert Real den Rohertrag weiter, da die Margen bei Eigenmarken besser sind als bei klassischen Markenprodukten. Ferner hat Real mehr als 7.000 exklusive Eigenmarkenprodukte im Angebot, die auf die Nennung von Real im Namen verzichten. Dazu gehören beispielsweise die folgenden Marken:

- „TiP“ Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel im Preiseinstiegsbereich
- „Steinbach“ – Haushaltswaren
- „Mauro Ferrini“ – Textilien
- „My little bear“ – Babytextilien
- „Big & Chic“ – Bekleidung (für große Größen)

Im Jahr 2013 hat Real darüber hinaus eine neue Marke unterhalb der Discount-Struktur eingeführt. Das Produktportfolio umfasst zunächst rund 20 Artikel, die seit November 2013 in allen SB-Warenhäusern erhältlich sind. Die gut sichtbar platzierten Produkte sind einheitlich gelb verpackt und tragen statt eines Markennamens lediglich die Produktbezeichnung.

Der Slogan „Ohne Schnickschnack. Ohne teuer.“ bringt das Markenversprechen auf den Punkt. Mit dieser Kommunikation, dem schlichten Verpackungsdesign und der wettbewerbsorientierten Preisgestaltung heben sich die Billigprodukte klar von anderen Eigenmarken im Lebensmitteleinzelhandel ab. Real plant, das Portfolio nach und nach zu erweitern – entsprechend der Resonanz bei den Kunden.

## Modernisierung von Standorten

Um die Attraktivität der SB-Warenhäuser für Kunden zu steigern, hat Real seine Standorte auch 2013 gezielt erneuert. Aufwendige Umbauten gab es an zwei Standorten: Die SB-Warenhäuser Dortmund-Oespel und Menden stehen seitdem beispielhaft für eine attraktive Einkaufsatmosphäre. Im Zuge der Modernisierungen wurden die Märkte sowohl optisch als auch technisch auf den neuesten Stand gebracht. Der Neubau des SB-Warenhauses in Essen wurde im Oktober abgeschlossen und setzt neue Maßstäbe. Ein neuer Markt in Magdeburg wurde ebenfalls im Oktober 2013 eröffnet. Dort wird die Territorialstrategie dann bereits konsequent umgesetzt. Die Sortimente werden ganz konkret auf die jeweilige Kundenstruktur vor Ort angepasst sein. Darüber hinaus setzen bereits 65 SB-Warenhäuser ein neues Obst-und-Gemüse-Konzept um: Es zielt darauf ab, die Prozesse in den Abteilungen zu vereinfachen und den Märkten mehr Flexibilität in puncto Warenpräsentation zu verschaffen. Dazu tragen unter anderem Blockaufbauten bei, die nach Bio-Produkten, exotischen und regionalen Produkten aufgeteilt sind. Schilder in Kreidetafeloptik erinnern an einen Wochenmarkt und verstärken das Einkaufserlebnis für die Kunden.

Auch für die Drogerieabteilung „Beauty & More“ hat Real 2013 ein neues Konzept erarbeitet, das für ein emotionaleres Einkaufserlebnis sorgt. Geschwungene Regale, farbige Akzente in hellen und dunklen Tönen sowie ein großer Spiegel tragen zu einer freundlichen und einladenden Atmosphäre bei. Neuheiten und Trends präsentiert Real direkt am Eingang der Abteilung. In mehreren Märkten wird dieses Konzept bereits umgesetzt.

## Einkaufen rund um die Uhr

Neue Wege geht Real auch im Betrieb des Online-Shops: Seit August 2013 ist die Vertriebslinie selbst für die Logistik zuständig, die bislang ein Drittunternehmen erbracht hat. Zudem hat Real den Online-Shop stärker mit dem stationären Vertrieb verzahnt: Die Produkte lagern in vier sogenannten Masterstores

in Bochum-Wattenscheid, Wildau, Göttingen und Böblingen-Hulb. Diese Standorte sind dafür zuständig, die geordneten Produkte zusammenzustellen und zu versenden. Kunden haben dabei die Wahl: Sie können sich die Ware nach Hause schicken lassen, an eine Packstation der Deutschen Post oder versandkostenfrei in ein SB-Warenhaus in ihrer Nähe. Insbesondere Berufstätige profitieren bei der Marktanlieferung von den langen Öffnungszeiten. Dieses System schafft neue Anreize für Kunden, ein SB-Warenhaus aufzusuchen.

Im Rahmen des Mehrkanalvertriebs betreibt Real außerdem zwei Abhol-Lebensmittelmärkte in Deutschland. Die Kunden können im Internet unter [www.real-drive.de](http://www.real-drive.de) Lebensmittel und Drogerieartikel bestellen und bereits zwei Stunden später an einem der beiden Abhol-Standorte in Isernhagen-Altwarmbüchen bei Hannover oder in Köln-Porz abholen. Das Abhol-Konzept soll künftig an weiteren Standorten, insbesondere in Ballungsgebieten, umgesetzt werden. Dabei zielt Real darauf ab, den Einkauf für die Kunden noch schneller und komfortabler zu machen. Deshalb sollen neue Abhol-Stationen möglichst zwischen Wohn- und Arbeitsstätte der Kunden entstehen und die Wartezeiten verkürzt werden.

## Neue Akzente im Marketing

Dem sich ändernden Einkaufsverhalten seiner Kunden begegnet Real auch im Bereich des Marketings mit weiterentwickelten Dienstleistungen. Als Gründungsmitglied und langjähriger Partner des Bonusprogramms Payback bietet Real seit 2012 zusätzlich zu den herkömmlichen Papier-Coupons das sogenannte eCoupons an. Kunden haben damit die Möglichkeit, speziell auf ihr individuelles Einkaufsverhalten abgestimmte eCoupons auch über die Real-App und die Website [www.real.de](http://www.real.de) auszuwählen und zu aktivieren. Beim Bezahlvorgang an der Kasse müssen sie lediglich ihre Payback-Karte vorzeigen, um Extrapunkte zu sammeln. Real setzt das eCoupons ein, um bestehende Kunden für ihre Treue zu belohnen und neue Kundengruppen zu erschließen. Darüber hinaus nutzt unsere Vertriebslinie die Lösung, um maßgeschneiderte Kampagnen für verschiedene Zielgruppen zu entwickeln und umzusetzen und bietet diese Möglichkeit seit 2013 auch ihren Industriepartnern an. Der Vorteil: Anders als bei Printkampagnen fallen bei digitalen Coupons nur sehr geringe Fixkosten sowie Gebühren für tatsächlich eingelöste Coupons an. Bei den Kunden kommt der weiterentwickelte Service gut an. Die Downloadzahlen der Real-App stiegen mit der Einführung deutlich an. Im September war sie im App Store von Apple mit 32.000 Downloads Spitzenreiter in der Kategorie Lifestyle.

Dass die Digitalstrategie unserer Vertriebslinie aufgeht, zeigt auch die gute Platzierung beim ersten „Digital Readiness Index“ für Handelsunternehmen in Deutschland. Hier sicherte sich Real den dritten Platz unter 25 großen Einzelhandelsunternehmen. Der Index, der vom Beratungsunternehmen Neuland erstellt wird, bewertet die digitale Entwicklung von Unternehmen als Voraussetzung für das Online-Geschäft. Die Marke Real ist seiner Studie zufolge in digitalen Kanälen präsent und nutzt das vorhandene Kundenwissen als wesentlichen Wettbewerbsvorteil. Mit dem Ansatz des eCouponing verknüpft Real als bundesweit eines der ersten Unternehmen diese beiden Themen (Präsenz und Kundenwissen) erfolgreich zu für Endkunden relevanten Werbemaßnahmen.

Mit einer Werbeoffensive hat unsere Vertriebslinie 2013 neue Akzente gesetzt, um Stammkunden enger an sich zu binden und weitere Kundengruppen anzusprechen. Die Maßnahmen zielten unter anderem darauf ab, die Kundenfrequenz zu steigern, Neukunden zu gewinnen und den durchschnittlichen Einkaufsbetrag pro Kunde – den sogenannten Durchschnittsbetrag – zu erhöhen.

Wochenende für Wochenende verteilt Real 24 Millionen Handzettel an die Haushalte in Deutschland. Dabei werden Produkte des täglichen Bedarfs vermarktet – seit Mai 2013 mit noch attraktiveren Werbepreisen und mehr als 2.000 Artikeln, die dauerhaft im Preis gesenkt wurden.

Wie bereits 2012 führte das Unternehmen im Berichtszeitraum erneut Real-Deal-Aktionen durch und knüpfte mit insgesamt 17 „Deals des Tages“ an die Erfolge des Vorjahres an. So konnte unsere Vertriebslinie innerhalb weniger Stunden 200 Tonnen Bananen oder auch 10.000 Tablet-PCs verkaufen. Diese Aktion ist einzigartig im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und hat sich erfolgreich etabliert. Beliebt sind auch die im Berichtszeitraum eingeführten Genusswochen unter dem Motto „Das Gute essen“. Bei diesen Aktionen wird eine besondere Auswahl an hochwertigen und zum Teil nur in diesem Zeitraum erhältlichen Produkten angeboten, die zu einem bestimmten Thema wie zum Beispiel „Spargelzeit“ passen. So sorgte Real im Mai für einen kulinarischen Frühling und nahm exklusive Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittel-Premiumprodukte in das Sortiment auf. Im Oktober folgten die zweiten Genusswochen zum Thema Italien mit einer großen Produktauswahl landestypischer Exklusivmarken.

Mit der im Januar 2013 gestarteten sechswöchigen Sammelaktion unter dem Namen „Murmelix“ realisierten die SB-Warenhäuser zudem eine Neuauflage der erfolgreichen Ak-

tion „Murmelfieber“ aus dem Jahr 2011. Außerdem hat Real im Berichtszeitraum zwei Prämienprogramme in Zusammenarbeit mit den Firmen Braun und Fissler durchgeführt.

## Kundenzufriedenheit verbessert

Die Ergebnisse des Kundenbarometers 2013 zeigen, dass sich Real bei Aspekten wie Preis-Leistungs-Verhältnis, Kundenzufriedenheit mit dem Service- und Technikcenter sowie Verfügbarkeit der Mitarbeiter weiter verbessern konnte. In puncto Sonderangebote, Aktionen im Nicht-Lebensmittel-Bereich sowie Übersichtlichkeit der Märkte hat unsere Vertriebslinie die Kundenzufriedenheit ebenfalls erheblich gesteigert. Das Kundenbarometer ist eine telefonische Befragung von rund 34.000 deutschen Verbrauchern, die Real einmal im Jahr durchführt, zuletzt im Januar und Februar 2013. Untersucht werden dabei Servicemerkmale, die für Real von großer Bedeutung sind. Diese liegen der Berechnung eines Leistungsindex zugrunde. Seit 2010 misst Real auf diese Weise mit weiteren Indizes zusätzlich das Vertrauen sowie die Loyalität der Kunden.

## Im Dialog

Real hat im Berichtszeitraum die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit professionalisiert. Dadurch sind die maßgeblichen Veränderungen in vielen überregionalen Tages- und Fachmedien stärker aufgenommen und verbreitet worden. Entsprechend der Territorialstrategie werden die Märkte individuell noch stärker in ihrer Öffentlichkeitsarbeit betreut.

Um mit den Kunden einen offenen und transparenten Dialog zu pflegen, hat Real zudem in mehr als der Hälfte der SB-Warenhäuser Kundenbeiräte etabliert: Einmal im Quartal laden die Märkte jeweils zehn bis 15 Kunden verschiedener Altersgruppen ein, die Potenziale für weitere Verbesserungen aufzeigen. Die Vorschläge des Gremiums fließen in die Weiterentwicklung des operativen Geschäfts ein. In Abhängigkeit von der Käuferstruktur gab es im Berichtszeitraum auch internationale Kundenbeiräte.

Für den Dialog mit den Kunden nutzt Real darüber hinaus auch soziale Medien: Der offizielle Unternehmensauftritt im Netzwerk Facebook zählte Mitte 2013 bereits mehr als 360.000 Fans. Im Vergleich zum Wettbewerb ist Real damit führend. Ergänzend dazu kommuniziert unsere Vertriebs-

linie über einen eigenen YouTube-Kanal sowie über den Kurznachrichtendienst Twitter, um Kunden über Angebote und Dienstleistungen, Aktionen und Gewinnspiele zu informieren.

## Handeln aus Verantwortung

Im Berichtsjahr hat Real sein Engagement für Nachhaltigkeit weiter vorangetrieben. Mehr als 200 Auszubildende und Studenten informierten Kunden im Rahmen eines Aktionstags in 41 SB-Warenhäusern rund um Themen wie Recycling, Energiesparmaßnahmen oder Regionalität. Mit dieser Veranstaltung erreichten sie den zweiten Platz beim Wettbewerb ECOCARE 2013 des Fachmagazins Lebensmittel Praxis.

Auch bei der Sortimentsgestaltung übernimmt Real Verantwortung: So bietet unsere Vertriebslinie seit Januar 2013 auch Produkte mit dem Label „Für mehr Tierschutz“ an. Das Siegel des Deutschen Tierschutzbunds kennzeichnet Wurst und Fleisch von Tieren, die unter besseren Bedingungen gehalten wurden, als es das Gesetz verlangt. Seit Beginn des Berichtsjahres testen die Märkte in Norddeutschland darüber hinaus Produkte der Aktion Tierwohl. Das Konzept setzt auf Selbstverpflichtungen der Produzenten, die über den gesetzlichen Anforderungen liegen, etwa in Bezug auf Stallfläche, Wasserversorgung, Säugezeit und Transportdauer. Auf diese Weise soll eine Verbesserung des Tierwohls erzielt werden.

Um den Energieverbrauch zu senken, hat Real im Berichtszeitraum gezielt in energiesparende Technik für die Märkte investiert. Beispielhaft sind hier sparsamere Beleuchtungskonzepte und neue, besonders effiziente Kühlmöbel. Durch diese Maßnahmen konnte unsere Vertriebslinie seit 2006 rund 125.000 Tonnen CO<sub>2</sub> einsparen.

Das soziale Engagement bildet eine weitere zentrale Säule der Nachhaltigkeitsaktivitäten von Real. Beispielhaft dafür sind die Maßnahmen im Rahmen der Flutkatastrophe an Donau und Elbe. Hier konnte der 2012 gegründete Real-Härtefallfonds die Notsituation von betroffenen Mitarbeitern mildern. Darüber hinaus organisierten die Beschäftigten während und nach der Flut Hilfsaktionen. Diejenigen, die sich ehrenamtlich bei der freiwilligen Feuerwehr oder beim Technischen Hilfswerk (THW) engagieren, wurden bezahlt freigestellt, um vor Ort helfen zu können. Real leistete betroffenen Mitarbeitern schnell und unbürokratisch Hilfe und stellte ihnen eine finanzielle Unterstützung in Höhe von jeweils 1.500 € zur Verfügung – ein Drittel davon in Form von Warengutscheinen. Zudem gewährte Real

den Kunden in den von der Flutkatastrophe betroffenen Gebieten an Donau und Elbe sowie Nebenflüssen einen einmaligen Rabatt von 10 Prozent auf ihren Einkauf.

## Galeria Kaufhof

Die Vertriebslinie Galeria Kaufhof steht seit 134 Jahren für Kundenvertrauen und ist Marktführer im Warenhausgeschäft in Deutschland und Belgien. Sie positioniert sich als moderne Marke des Einzelhandels und als kompetenter Mehrkanalhändler mit unverwechselbarem Profil. Die Filialen zeichnen sich durch hochwertige, internationale Sortimente aus. Diese umfassen sowohl renommierte Herstellermarken als auch leistungsstarke Eigenmarken. Die Warenhäuser, die über Verkaufsflächen zwischen 5.000 und 35.000 Quadratmetern verfügen, befinden sich überwiegend in besten Innenstadtlagen. In Deutschland betreibt die Vertriebslinie 105 Warenhäuser unter den Namen Galeria Kaufhof und Kaufhof sowie 17 Sporthäuser unter den Namen Sportarena und Wanderzeit. In Belgien tritt das Unternehmen mit 15 Filialen als Galeria Inno auf. Darüber hinaus gehört die Servicegesellschaft Dinea zu Galeria Kaufhof. Sie betreibt die Gastronomie in rund 60 deutschen Warenhäusern.

## Ganzheitliche Mehrkanalstrategie

Verbraucher wollen die ihnen vertraute Marke Galeria Kaufhof heute auf allen Kanälen erfahren: beim Erlebniseinkauf in der Innenstadt, zu Hause und unterwegs. Unsere Vertriebslinie hat sich deshalb zum Ziel gesetzt, das europaweit führende Warenhaus mit Mehrkanalangebot zu werden. Dementsprechend treibt Galeria Kaufhof die Verzahnung der Vertriebskanäle konsequent voran. Die Verknüpfung des Online-Kanals mit dem Präsenzhandel bietet nicht nur den Kunden einen Mehrwert, sondern ist zudem ein Pluspunkt im Wettbewerb. Denn im Gegensatz zu reinen Online-Shops können große Mehrkanalhändler einen Rundum-Service anbieten. Das heißt: Die Kunden haben die Möglichkeit, Angebote und Dienstleistungen wahlweise im stationären oder im digitalen Warenhaus in Anspruch zu nehmen. Sie können ihre Bestellung beispielsweise direkt in eine Filiale liefern lassen oder dort zurückgeben. Produkte, die nicht im Warenhaus vorrätig sind, lassen sich vor Ort bestellen und werden dem Kunden zugesandt. Die Vielfalt der Möglichkeiten eröffnet Raum für neue Kommunikations- und Interaktionsanlässe mit dem Kunden.



Im Berichtszeitraum hat unsere Vertriebslinie ihren Mobile-Shop gestartet. Kunden können nun noch komfortabler über das Smartphone bei galeria.de einkaufen. Um die Einführung umfassend zu kommunizieren, veröffentlicht Galeria Kaufhof in Prospekten und Schaufenstern QR-Codes. Diese ließen sich mithilfe eines Smartphones einlesen, um das entsprechende Angebot im Mobile-Shop aufzurufen.

Ziel ist es, durch den Mehrkanalvertrieb noch mehr Kundengruppen zu erschließen und den Kunden die Möglichkeit zu bieten, ihre Einkäufe sowohl im Online-Shop als auch in den Warenhäusern zu tätigen. Im Berichtszeitraum hat unsere Vertriebslinie durch die Aufnahme weiterer namhafter Marken und den Ausbau der Artikelzahl um mehr als ein Viertel bereits zusätzliche Umsatzpotenziale erschlossen. Zudem steigern viele neue Online-Kunden, die bisher nur in den Filialen eingekauft haben, ihre Gesamtausgaben um mehr als 25 Prozent. Im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres hat Galeria Kaufhof den Online-Umsatz mehr als verdoppelt.

## Modernisierungsprozess fortgesetzt

Um den Kunden auch in den Warenhäusern ein optimales Einkaufserlebnis zu bieten und vorhandenes Potenzial zu erschließen, hat Galeria Kaufhof den Modernisierungsprozess an den Standorten weiter fortgesetzt und im Berichtszeitraum 14 Filialen umgebaut – bei laufendem Geschäftsbetrieb. Dabei ging es zum einen darum, die Warenhäuser optisch aufzufrischen. Zum anderen galt es, die Sortimente gezielt auf die lokale Nachfrage, die Wettbewerbssituation und das Marktumfeld vor Ort anzupassen. Denn die Beziehung zwischen Kunde, Markt und Wettbewerb, in der sich jede Filiale befindet, ist von Standort zu Standort unterschiedlich. Im Mittelpunkt stehen dabei stets die Kundenwünsche – betrachtet für jedes Sortiment und auf die lokalen Bedingungen zugeschnitten.

Größtes Projekt im Berichtszeitraum war der Komplettumbau von Galeria Kaufhof Münster. Basierend auf den Ergebnissen aus der Analyse der Kundensegmente sowie der lokalen Wettbewerbssituation richtete unsere Vertriebslinie ihren Fokus bei der Neuausrichtung dieser Filiale vor allem auf die Stärkung des Hartwarenbereichs. Ziel ist es, der führende Anbieter für die Bereiche Beauty, Accessoires, Haushalt und Heimtextilien in Münster zu werden.

Regelmäßige Analysen stellen sicher, dass Galeria Kaufhof frühzeitig auf ein sich änderndes Einkaufsverhalten, Wettbewerbsbedingungen und das Marktumfeld vor Ort reagieren und

die erforderlichen Schritte einleiten kann. Auf dieser Basis hat unsere Vertriebslinie 2013 beschlossen, die Filialen Düsseldorf Berliner Allee (Ende 2014), Augsburg (Mitte 2015) und Heilbronn Am Wollhaus (Ende 2015) aufzugeben. Die Warenhäuser haben nicht die betriebswirtschaftlichen und strategischen Voraussetzungen, um langfristig profitabel zu sein. Unternehmensleitung und Arbeitnehmervertreter erarbeiten für die betroffenen Mitarbeiter sozialverträgliche Lösungen.

## Galeria Inno expandiert

In Belgien wird unsere Vertriebslinie Ende 2014 eine neue Galeria Inno Filiale in der Modestadt Hasselt, Provinz Limburg, eröffnen. Damit erhöht sich die Zahl der Galeria Inno Warenhäuser auf 16 Filialen, mit denen das Unternehmen in allen großen Städten Belgiens präsent ist. Die Filiale in Hasselt wird eine Verkaufsfläche von mehr als 8.000 Quadratmetern auf vier Etagen haben. Ab 2015 werden dort rund 100 Mitarbeiter tätig sein. Die Immobilie wird im Laufe der kommenden eineinhalb Jahre vom Eigentümer entsprechend den Anforderungen eines modernen Warenhauses im Zentrum der Stadt umgebaut.

## Moderne Technik für komfortables Bezahlen

Um den Kunden das komfortable und schnelle Bezahlen zu ermöglichen, hat unsere Vertriebslinie 2013 rund 3.500 Kartenzahlungsterminals der neuesten Generation in ihren deutschen Filialen installiert. Dort ist jetzt auch das kontaktlose Bezahlen möglich: mit der payWave-Kreditkarte von Visa, der PayPass-Kreditkarte von MasterCard und zukünftig auch mit NFC-fähigen Mobiltelefonen. Eine Eingabe der persönlichen Identifikationsnummer (PIN) oder eine Unterschrift ist nur bei Beträgen über 25 € erforderlich. Der Bezahlvorgang verkürzt sich so auf wenige Sekunden. NFC ist die Abkürzung für Near Field Communication (deutsch: Nahfeldkommunikation). Mithilfe dieser Technologie lassen sich Daten über eine kurze Distanz berührungslos und sicher austauschen. Dies geschieht auf der Grundlage von NFC-Chips, die beispielsweise in Kreditkarten oder Mobiltelefonen integriert sind.

## Erfolgreiche Kreativpartnerschaft

Bereits seit 2010 kooperiert Galeria Kaufhof erfolgreich mit dem international anerkannten Modedesigner Wolfgang Joop. Gemeinsam mit ihrem Kreativpartner hat unsere Vertriebslinie



auch im Berichtszeitraum ihr ganzheitliches Konzept aus Saisonthemen, warengruppenübergreifenden Themen, Veranstaltungen und Präsentationen in den Filialen weiterentwickelt. Ziel ist es, den emotionalen Bezug der Kunden zur Marke Galeria Kaufhof weiter zu verstärken. Ein Ergebnis dieser Zusammenarbeit war etwa das Cocktailkleid „Unforgettable“, das Kundinnen im Frühjahr 2013 in limitierter Auflage exklusiv in vielen Galeria Kaufhof Filialen sowie online erwerben konnten.

Zum Valentinstag entwarf das Kreativteam von Galeria Kaufhof gemeinsam mit Wolfgang Joop ein geflochtenes Lederarmband in verschiedenen Farbtönen mit Herzanhängern. Im Sommer 2013 präsentierten Galeria Kaufhof und Wolfgang Joop bei zwei Presselunch-Terminen in Hamburg und München Modejournalisten und Bloggern das Trachtenoutfit „Alpine Couture“, das der Star-Designer für die Oktoberfestsaison 2013 kreiert hatte. Auch bei der Eigenmarkenkollektion Herbst/Winter 2013/14 fungierte er als Impulsgeber und Kreativberater.

## Immobilien

METRO PROPERTIES ist das Immobilienunternehmen der METRO GROUP. Ende September 2013 hielt es weltweit 565 Handelsstandorte im Eigentum. Kernaufgabe ist es, den Wert des Immobilienvermögens durch aktives und strategisches Portfolio- und Asset-Management langfristig zu steigern – und dabei die Interessen von Mietern und Eigentümern in Einklang zu bringen. Darüber hinaus agiert METRO PROPERTIES für unsere Vertriebslinien als Dienstleister für die Standortsuche sowie für die Entwicklung und Betreuung moderner Groß- und Einzelhandelsimmobilien. Zu den Leistungen von METRO PROPERTIES zählen ferner das Energiemanagement, das Facility-Management für Handels-, Verwaltungs- und Lagerstandorte sowie das kaufmännische Gebäudemanagement von Einkaufszentren. Die METRO GROUP wies die Immobilien bislang als eigenständiges Segment aus. Seit 1. Oktober 2013 werden die operativen Tätigkeiten der Gesellschaft in die Vertriebslinien integriert; damit wird kein separater Ausweis mehr erfolgen.

METRO PROPERTIES verfolgt den Ansatz, alle relevanten Leistungen über den gesamten Lebenszyklus von Immobilien anzubieten. Die Gesellschaft konzentriert sich dabei darauf, attraktive Standorte für die Vertriebslinien sowie für externe Mieter zu schaffen und die Kundenrelevanz mithilfe von Entwicklungsprojekten zu erhöhen. Durch selektive Desinvestitionen unterstützt METRO PROPERTIES außerdem die internationale Expansion. Dabei stellt das Unternehmen sicher, dass den

Anforderungen aus dem Portfoliomanagement stets Rechnung getragen wird. Das in Immobilien gebundene Kapital kann so für die METRO GROUP optimal eingesetzt werden, um ihre Wachstumspläne zu unterstützen.

## Wertorientierte Asset- und Portfoliostrategie

Die Experten von METRO PROPERTIES analysieren kontinuierlich die Zusammensetzung und Wertentwicklung des Immobilienportfolios der METRO GROUP. Sie erstellen zudem Potenzial-, Markt- und Wettbewerbsanalysen von Standorten und Immobilienmärkten auf nationaler und internationaler Ebene und leiten daraus konkrete Handlungsempfehlungen ab. Dies bildet die Basis für das strategische Immobilienmanagement. Für Portfolios sowie für einzelne Standorte und Objekte definieren die Mitarbeiter Zielvorgaben, um eine systematische und nachhaltige Ertrags- und Wertsteigerung zu erreichen. METRO PROPERTIES nutzt dafür die Investitionszyklen optimal aus. Rentable Zukäufe erfolgen in solchen Märkten, in denen die Immobilienpreise langfristig Potenzial für Steigerungen bieten. Bei Verkäufen ist das Unternehmen bestrebt, Immobilien auf dem Höhepunkt ihrer Wertschöpfung abzugeben.

Ein Beispiel für diese strategischen Desinvestitionen ist die Vermarktung von 43 französischen Standorten der Vertriebslinie METRO Cash & Carry in Form eines geschlossenen Immobilienfonds. Transaktionen wie diese belegen eine solide Investorennachfrage in den Kernmärkten der METRO GROUP. Von besonderer Bedeutung ist vor diesem Hintergrund der angestrebte Ausbau der Projektentwicklung. So wurden bereits diverse Standorte identifiziert, deren Wert sich durch selektive bauliche Maßnahmen zum Teil deutlich steigern kann. Der Fokus liegt dabei künftig noch stärker auf der Unterstützung der Vertriebslinien in allen Belangen. Das umfasst Neueröffnungen und Um- und Ausbauten ebenso wie eine stärkere Ausrichtung des Geschäftsmodells auf Kundenbedürfnisse.

## Experten für Planung, Projektentwicklung und Bau

METRO PROPERTIES bietet den Vertriebslinien schlüsselfertige Lösungen für alle Anforderungen an Handelsimmobilien in den Bereichen Neubau, Umbau, Modernisierung und Erweiterung. Ein Team aus Projektmanagern, Architekten, Planern

und Bauingenieuren arbeitet dabei eng mit den Vertriebslinien der METRO GROUP beziehungsweise mit externen Auftraggebern zusammen. Ziel ist es, die Standortattraktivität für die Vertriebslinien und externe Mieter zu erhöhen sowie durch zusätzliche Mieteinnahmen eine Wertsteigerung der betreuten Objekte zu generieren.

## Energieeffizienz als Zukunftsaufgabe

Die energetische Optimierung ihrer Standorte ist für die METRO GROUP ein langfristiges und strategisches Vorhaben. Auf diese Weise kann sie die in ihrer Geschäftstätigkeit anfallenden klimarelevanten Emissionen reduzieren und dem Anstieg der Energiepreise begegnen. Denn außer erhöhten Netznutzungsentgelten haben in Deutschland insbesondere

diverse Umlagen zur Unterstützung stromintensiver Unternehmen, beispielsweise die EEG-Umlage und die 2013 eingeführte Offshore-Umlage, zu einem Anstieg der Kosten beigetragen. Die Stromgesamtkosten konnten in Deutschland allerdings, dank der vorausschauenden und zentralen Energiestrategie, bereits für 2014 konstant gehalten werden.

METRO PROPERTIES entwickelt Konzepte, um den Energieverbrauch zu senken und Treibhausgasemissionen zu reduzieren, beispielsweise durch den Einsatz alternativer Energieträger und durch regenerative Stromerzeugung. Im Juli 2013 nahmen die beiden METRO Cash & Carry Großmärkte Düsseldorf und Berlin-Marienfelde eigene Blockheizkraftwerke (BHKW) in Betrieb. Damit können die beiden Standorte selbst Strom und Wärme aus Erdgas produzieren. Weitere BHKW befinden sich bereits in Planung.



# 2

METRO GROUP 2013

*Das  
Investment*

# Das Investment

---

**S. 55**    **METRO-Aktie**

- S. 57    Aktionärsstruktur der METRO AG
- S. 57    Marktkapitalisierung und Indexzugehörigkeit
- S. 58    Analystenempfehlungen
- S. 58    Investor Relations
- S. 59    Was spricht für die METRO-Aktie?

Von: Maik Reimann <reimann@media-saturn.com>  
An: Bianca Rittler <rittler@media-saturn.com>  
Betreff: Multichannel-Shop in der Türkei am 31. Juli gestartet!  
Gesendet: 31. Juli 2013, 19:27 Uhr MEZ+1

---

Hallo Bianca,

heute Nacht haben wir unseren Multichannel-Shop für Media Markt Türkei erfolgreich eröffnet – nach nur sechsmonatiger Projektdauer. Zwar gab es ein paar Aufreger und kleinere Schwierigkeiten, aber dennoch sind wir pünktlich um 9.55 Uhr live gegangen. Damit haben wir in diesem Jahr bereits den dritten Multichannel-Shop für Media-Saturn gestartet und sind jetzt in einem der Länder mit den größten Wachstumsraten im Online-Umfeld vertreten.

Der Shop wird von den türkischen Kunden sehr gut angenommen. Obwohl wir uns für einen „Silent Launch“ entschieden und somit auf Werbung verzichtet haben, erzielten wir bereits am ersten Tag mehr als 100 Bestellungen. Wir sind überzeugt, dass unser Multichannel-Konzept auch weiterhin erfolgreich ist.

Es war wieder einmal ein sehr spannendes und interessantes Projekt mit toller Unterstützung aus dem Land. Nun übermannt mich langsam aber sicher die Müdigkeit. Wir fahren jetzt ins Hotel und versuchen noch ein paar Stunden Schlaf nachzuholen. Morgen sind wir ab 15 Uhr wieder vor Ort im Headquarter in Istanbul!

Viele Grüße

Maik

**Maik Reimann**

MS E-Business Concepts & Service GmbH  
eBusiness Keyaccount & Country Support

**MEDIA - SATURN**

Wankelstraße 5  
85046 Ingolstadt

Phone: +49 (841) 634-0

[reimann@media-saturn.com](mailto:reimann@media-saturn.com)  
[www.media-saturn.com](http://www.media-saturn.com)



Von links nach rechts: Korhan Öz (CFO Media-Saturn Turkey), Bülent Gürçan (CEO Media-Saturn Turkey), Mehmet Çelikol (Head of E-Commerce Media-Saturn Turkey), Aziz Süzer (ehemaliger COO Media-Saturn Turkey), Marcus Tengler (COO Media-Saturn Turkey)

---





# METRO-AKTIE

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 hat die Aktie der METRO AG stark angezogen: Ihr Kurs stieg deutlich um 39,5 Prozent auf 29,30 €. Damit entwickelte sich die METRO-Aktie wesentlich besser als die beiden Indizes DAX und Dow Jones Euro STOXX Retail, die lediglich um 12,9 Prozent beziehungsweise um 19,1 Prozent zulegten.

Bereits zu Beginn des Jahres 2013 zeigte die METRO-Aktie einen sehr positiven Verlauf. Die Veröffentlichung des Dividendenvorschlags am 1. März führte jedoch zu einem Kursrückgang, da die Dividende im Vergleich zum Vorjahr niedriger ausfallen sollte. Der Kursrückgang konnte aber bereits im März teilweise wieder aufgeholt werden.

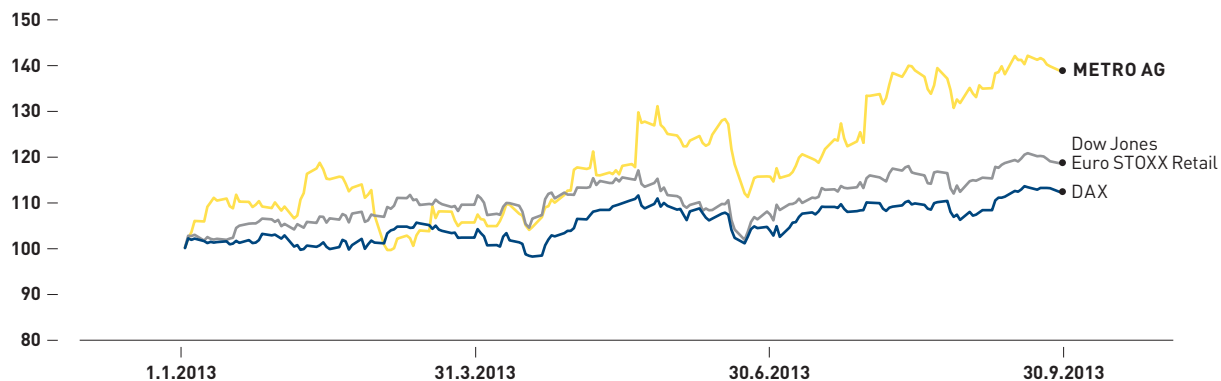
Die Veröffentlichung der Zahlen für das erste Quartal 2013 am 2. Mai wirkte sich positiv auf den Aktienkurs aus. Insbesondere das verbesserte Ergebnis wurde begrüßt. Im Vorfeld der Hauptversammlung führten Aktienkäufe zu weiteren Kursgewinnen. Am 8. Mai stimmten die Aktionäre auf der Hauptversammlung einer Dividende von 1,00 € je Stammaktie und 1,06 € je Vorzugsaktie zu.

Am 22. Mai verzeichnete die METRO-Aktie aufgrund einer Analystenempfehlung einen deutlichen Kursanstieg um 10,3 Prozent. Auch in den darauffolgenden Tagen war das Interesse weiterhin sehr hoch. Im Zuge der Konsolidierung an den Aktienmärkten sowie einer Verkaufsempfehlung ging der Kurs der METRO-Aktie im Juni wieder leicht zurück. Zum Ende des zweiten Quartals notierte sie bei 24,32 €.

Im Juli entwickelte sich die METRO-Aktie im Vorfeld der Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts erneut positiv. Nach Vorlage der Geschäftszahlen am 1. August zog der Kurs spürbar an und stieg sogar stärker als der Gesamtmarkt. Am 20. September erreichte die METRO-Aktie schließlich ihren Jahreshöchstkurs von 30,00 € und damit erstmals wieder das Kursniveau von März 2012.

Am Ende des Rumpfgeschäftsjahres 2013 schloss die METRO-Aktie mit einem Kurs von 29,30 € und damit 39,5 Prozent höher als Ende Dezember 2012.

Kursentwicklung der METRO-Aktie [%]



Performancevergleich der METRO-Stammaktie 9M 2013 vs. Dow Jones Euro STOXX Retail vs. DAX

METRO GROUP	Dow Jones Euro STOXX Retail	DAX
<b>39,5 %</b>	<b>19,1 %</b>	<b>12,9 %</b>

Quelle: Bloomberg

METRO-Aktie 2011–9M 2013

			2011	2012	9M 2013
Schlusskurs	Stammaktie	€	28,20	21,00	<b>29,30</b>
	Vorzugsaktie	€	24,16	23,05	<b>23,82</b>
Höchstkurs	Stammaktie	€	55,91	31,18	<b>30,00</b>
	Vorzugsaktie	€	39,24	27,50	<b>24,84</b>
Tiefstkurs	Stammaktie	€	27,39	20,05	<b>20,88</b>
	Vorzugsaktie	€	22,43	20,80	<b>21,70</b>
Ausschüttung	Stammaktie	€	1,35	1,00	<b>0,00<sup>1</sup></b>
	Vorzugsaktie	€	1,485	1,06	<b>0,00<sup>1</sup></b>
Dividendenrendite auf Schlusskursbasis	Stammaktie	%	4,8	4,8	<b>0,0<sup>1</sup></b>
	Vorzugsaktie	%	6,1	4,6	<b>0,0<sup>1</sup></b>
Marktkapitalisierung (Mrd.)		€	9,2	6,9	<b>9,6</b>

<sup>1</sup>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. Zum 30. September 2013 hielten sie nach den der METRO AG vorliegenden Informationen insgesamt 54,88 Prozent der Stimmrechte. Dabei sind die Gesellschafterstämme Haniel und Schmidt-Ruthenbeck die größten Anteilseigner. Sie hatten zum Bilanzstichtag gemäß den Stimmrechtsmitteilungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) 45,78 Prozent der Stimmrechte gebündelt. Dem Gesellschafterstamm Beisheim sind gemäß Stimmrechtsmitteilungen 9,10 Prozent der Stimmrechte zuzurechnen. Nach den der METRO AG vorliegenden Stimmrechtsmitteilungen hat der Gesellschafterstamm Haniel seine METRO-Beteiligung am 5. Februar 2013 um 4,23 Prozent auf 30,01 Prozent reduziert. Dies entspricht 13,7 Millionen METRO-Aktien.

Den Streubesitz der METRO AG in Höhe von 45,12 Prozent hält eine Vielzahl nationaler und internationaler Investoren. Aus Mitteilungen 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 Deutschland. Größter institutioneller Aktionär ist gemäß einer Stimmrechtsmitteilung vom 20. November 2011 die Fondsgesellschaft Franklin Mutual Advisers mit einem Stimmrechtsanteil von 3,06 Prozent. Insgesamt halten die zehn größten institutionellen Anleger fast 26 Prozent des Streubesitzes. Zudem sind schätzungsweise rund 75.000 Privatanleger Anteilseigner der METRO AG. Damit ist die Zahl der Privatanleger gegenüber dem Vorjahr um etwa 10.000 gestiegen und zeigt somit das breite Interesse an der METRO-Aktie.

## Marktkapitalisierung und Indexzugehörigkeit

Die Marktkapitalisierung der METRO AG ist durch die positive Kursentwicklung deutlich gestiegen. Ende September 2013 betrug sie 9,6 Mrd. € gegenüber 6,9 Mrd. € im Dezember 2012. Das Handelsvolumen der METRO-Aktie an der Frankfurter Börse lag von Januar bis September 2013 börsentäglich bei durchschnittlich rund 1,2 Millionen Aktien (12M 2012: 1,6 Millionen). Ursächlich für den Rückgang sind mehrere Entwicklungen: Unternehmen, die dem DAX angehören, werden von Indexfonds gehandelt. Außerhalb des Index gibt es dagegen keine nennenswerten Investitionen seitens dieser Fonds. Zudem ist der Börsenumsatz in Frankfurt generell gesunken und alternative Handelsplattformen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Von der weniger liquiden Vorzugsaktie wurden börsentäglich rund 8.000 Aktien gehandelt (12M 2012: rund 3.000).

Die METRO AG gehört trotz einer Marktkapitalisierung von fast 10 Mrd. € nicht mehr zum Aktienindex DAX 30. Dies ist 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 2013 rund 4,3 Mrd. €.

In der Indexrangliste der Deutschen Börse liegt die Aktie der METRO AG per Ende September 2013 bei der Marktkapitalisierung auf Rang 32 und beim Börsenumsatz auf Rang 29.

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

## Analystenempfehlungen

Rund 40 Analysten namhafter nationaler und internationaler Banken beobachten und bewerten die METRO GROUP. Die entsprechenden Empfehlungen und Kursziele veröffentlicht die METRO GROUP regelmäßig auf ihren Investor-Relations-Seiten im Internet. Zum Ende des Rumpfgeschäftsjahres 2013 empfahlen 30 Prozent (31.12.2012: 21 Prozent) der Analysten den Kauf der METRO-Aktie; 35 Prozent (31.12.2012: 55 Prozent) stuften sie auf Halten und 35 Prozent (31.12.2012: 24 Prozent) sprachen eine Verkaufsempfehlung aus. Der Median der Kursziele lag Ende September 2013 bei 24,00 € im Vergleich zu 22,10 € Ende 2012.

## Investor Relations

Während des gesamten Jahres steht der Bereich Investor Relations allen Kapitalmarktteilnehmern für umfassende Informationen zur Verfügung. Wir orientieren uns dabei an den Grundsätzen einer zeitgemäßen 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 2012, die Mitte Januar 2013 erfolgte. Den Geschäftsbericht mit der Gesamtentwicklung des Geschäftsjahres 2012 haben wir am 20. März 2013 im Rahmen einer Analysten- und Investorenkonferenz in Düsseldorf vorgestellt. Jeweils etwa einen Monat nach Quartalsende informierte die METRO AG den Kapitalmarkt in einer Telefonkonferenz über den vergangenen Berichtszeitraum. Die Konferenzen können im Internet live verfolgt werden und stehen zusammen mit einer Präsentation im Internet auf den Investor-Relations-Seiten der METRO GROUP zur Verfügung. Die zugehörigen Berichte sind dort ebenfalls zugänglich. Über weitere relevante Ereignisse informieren wir in Form von Investor News.

Für den direkten Dialog mit Aktionären, potenziellen Investoren und Analysten haben wir uns im Berichtszeitraum auf wichtigen Finanzmärkten in Europa und den USA präsentiert. 9 Konferenzen in New York, London, Frankfurt und Paris sowie 23 Roadshow-Tage in 11 Ländern unterstützen die Kapital-

marktkommunikation. Ergänzend dazu konnten sich Analysten und Investoren am Hauptsitz der METRO AG in Düsseldorf von der Leistungskraft des Unternehmens überzeugen. Im Fokus standen dabei unter anderem Marktführungen, um die Konzeptstärke der Vertriebslinien der METRO GROUP zu verdeutlichen. Generell ist die Nachfrage nach Terminen gegenüber dem Vorjahreszeitraum angestiegen. Dies zeigt das nach wie vor große Interesse an der METRO GROUP.

Eine weitere bedeutende Aktionärsgruppe sind die Privatanleger. 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 bietet unter anderem Erläuterungen zur Strategie und zur Geschäftsentwicklung, alle aktuellen Publikationen sowie ein Geschäftsberichtsarchiv, das bis zur Gründung der METRO AG ins Jahr 1996 zurückreicht. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, direkten Kontakt mit dem Investor-Relations-Bereich aufzunehmen. Bei der alljährlichen 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 Anlegern bereit.

Auch im Jahr 2013 erhielt die Investor-Relations-Arbeit der METRO GROUP zahlreiche Auszeichnungen. Bei dem vom Deutschen Investor Relations Verband initiierten Deutschen IR-Preis konnte die METRO AG den vierten Platz im MDAX erreichen. Bei der international wichtigen und renommierten europaweiten Extel-Umfrage von Thomson Reuters konnte die METRO GROUP eine sehr gute Platzierung erlangen, insbesondere in der Einzelwertung. Beim Wettbewerb „Beste Investor Relations Deutschland“ der Zeitschrift „Börse Online“ erreichte die METRO AG im MDAX den fünften Platz.

Diese und andere Auszeichnungen bestätigen, dass eine umfassende und transparente Information des Kapitalmarkts unerlässlich ist und gewürdigt wird. Daran wird die METRO GROUP unabhängig vom Börsensegment auch weiterhin festhalten.

## Was spricht für die METRO-Aktie?

Mit der METRO-Aktie beteiligen sich Aktionäre an der METRO GROUP, dem weltweit viertgrößten Handelsunternehmen, mit

- METRO Cash & Carry – international führend im Selbstbedienungsgroßhandel,
- Media-Saturn – Nummer eins im europäischen Elektrofachhandel,
- Real SB-Warenhäusern – unter den führenden SB-Warenhaus-Betreibern in Deutschland,
- Galeria Kaufhof – Marktführer im Warenhaussegment in Deutschland und Belgien,
- einer Präsenz in 32 Ländern mit herausragenden Marktpositionen in Wachstumsländern und reifen Märkten weltweit,
- Ausrichtung auf profitables Wachstum sowie nachhaltige und konsequente Wertsteigerung,
- hoher Selbstfinanzierungskraft und einer im Sektorvergleich überdurchschnittlichen Kapitalrendite.

## Kontakt Investor Relations

METRO AG  
Investor Relations  
Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Tel.: +49 (211) 6886-1051  
Tel.: +49 (211) 6886-1936  
Fax: +49 (211) 6886-3759  
E-Mail: [investorrelations@metro.de](mailto:investorrelations@metro.de)



3

METRO GROUP 2013

Das  
Geschäft



# Das Geschäft

## **S. 65 Bericht des Aufsichtsrats**

## **S. 76 Nachruf**

## **S. 78 Corporate-Governance-Bericht**

## **S. 84 Zusammengefasster Lagebericht**

S. 84 Überblick über das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und Prognose

S. 86 1. Geschäftsmodell des Konzerns

S. 89 2. Steuerungssystem

S. 91 3. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

S. 96 4. Ertragslage

S. 108 5. Finanz- und Vermögenslage

S. 117 6. Mitarbeiter

S. 130 7. Innovationsmanagement

S. 133 8. Nachhaltigkeitsmanagement

S. 146 9. Vergütungsbericht

S. 154 10. Angaben gemäß § 315 Abs. 4 HGB und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands

S. 160 11. Merkmale des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sowie erläuternder Bericht des Vorstands

S. 164 12. Risiko- und Chancenbericht

S. 179 13. Nachtrags- und Prognosebericht

S. 185 14. Ergänzende Angaben für die METRO AG (gemäß HGB)

## **S. 191 Konzernabschluss**

S. 192 Gewinn- und Verlustrechnung

S. 193 Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis

S. 194 Bilanz

S. 196 Eigenkapitalentwicklung

S. 198 Kapitalflussrechnung

## **S. 199 Anhang**

S. 200 Segmentberichterstattung

S. 202 Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

S. 220 Kapitalmanagement

S. 222 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

S. 230 Erläuterungen zur Bilanz

S. 273 Sonstige Erläuterungen

S. 295 Organe der METRO AG und ihre Mandate

S. 335 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

S. 336 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Von: Didier Fleury <didier.fleury@real.de>  
An: real,- Führungskräfte  
Betreff: eCouponing erfolgreich eingeführt – danke an alle!  
Gesendet: 23. September 2013, 11:23 Uhr MEZ+1

---

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

mit unserem neuen eCouponing-System für Payback-Kunden ist uns ein perfekter Start gelungen! Dafür gibt es zwei aussagekräftige Belege.

Erstens: Die Downloadzahlen unserer Real-App sind deutlich gestiegen. Im September war sie im Appstore von Apple mit 32.000 Downloads sogar Spitzenreiter in der Kategorie Lifestyle! Innerhalb einer Woche wurden 130.000 Coupons eingelöst.

Und zweitens: Die Marke Real ist in digitalen Kanälen präsent und sichtbar. Das zeigt eine unabhängige Studie, laut der Real als eines der bundesweit ersten Unternehmen die beiden Themen Präsenz und Kundenwissen erfolgreich zu für Endkunden relevanten Werbemaßnahmen verknüpft. Wir haben bei der Berechnung des ersten „Digital Readiness Index“ für Handelsunternehmen in Deutschland direkt den Sprung unter die Top drei geschafft! Die Digitalexperten von Neuland, die den Index erstellt haben, bescheinigen uns damit, dass wir fit für das Online-Geschäft sind.

Ein toller Erfolg für unser Unternehmen und ein weiterer wichtiger Schritt in unserer Digitalstrategie.

Herzlichen Dank an alle Beteiligten für die großartige Zusammenarbeit!

Beste Grüße und einen guten Start in die Woche

**Didier Fleury**

real,- CEO



real,- SB-Warenhaus GmbH | Reyerhütte 51 | 41065 Mönchengladbach

Telefon: +49 2161 403-0

eMail: [didier.fleury@real.de](mailto:didier.fleury@real.de)

[www.real.info/presse](http://www.real.info/presse) | [www.real-drive.de](http://www.real-drive.de) | [www.realonlineshop.de](http://www.realonlineshop.de) | [www.familymanager.de](http://www.familymanager.de)





# BERICHT DES AUFSICHTSRATS

*Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,*

.....  
Düsseldorf,  
10. Dezember 2013

trotz des anhaltend schwierigen Konsumumfelds in Europa hat die METRO GROUP ihre wirtschaftliche Substanz im Rumpfgeschäftsjahr 2013 weiter gestärkt. Cashflow und Nettoverschuldung konnten deutlich verbessert werden. Das Konzern-EBIT vor Sonderfaktoren ist im Vergleich zum Vorjahr um 22 Mio. € auf 728 Mio. € gestiegen. Der Konzernumsatz entwickelte sich wie erwartet moderat und stieg – bereinigt um Portfolioveränderungen und Wechselkurseffekte – um 0,9 Prozent. Der berichtete Umsatz lag mit 46,3 Mrd. € leicht unterhalb des Vorjahres.

In der erzielten Ergebnissteigerung spiegeln sich auch erste Erfolge strategischer Initiativen wider. Bei der Weiterentwicklung und Modernisierung der Geschäftsmodelle hat der Konzern im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wesentliche Fortschritte gemacht. Dies gilt sowohl für operative Maßnahmen als auch für den Ausbau des Online- und Belieferungsgeschäfts sowie für die notwendigen Veränderungen von Strukturen, Prozessen und im Portfolio. Wir, die Mitglieder des Aufsichtsrats, haben diesen Veränderungsprozess im Berichtszeitraum kontinuierlich begleitet und durch unsere Entscheidungen aktiv unterstützt.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der METRO GROUP haben bei der Transformation des Konzerns Tatkraft, Ideenreichtum und große Einsatzbereitschaft bewiesen. Gemeinsam mit dem Vorstand danken wir ihnen dafür sehr herzlich.



**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 Diplom-Ingenieur 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 Beteiligungsfirma 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](http://www.metrogroup.de) unter der Rubrik Unternehmen – Organe – Aufsichtsrat abrufbar.

## Beratung und Überwachung der Geschäftsführung

Der Aufsichtsrat hat auch im Rumpfgeschäftsjahr 2013 (1. Januar bis 30. September 2013) die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Wir haben den Vorstand bei der Leitung der METRO AG und des Gesamtkonzerns 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 Berichtserstattung des Vorstands beinhaltete insbesondere grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, die Rentabilität des Unternehmens, die laufende Geschäftsentwicklung (einschließlich Abweichungen von der Planung) 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.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 fanden acht Aufsichtsratssitzungen statt. Zwei Beschlussfassungen des Aufsichtsrats erfolgten in einem schriftlichen Verfahren. In meiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender stand ich zwischen den Sitzungsterminen in kontinuierlichem Austausch mit dem Vorsitzenden des Vorstands und habe mit ihm Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance des Unternehmens erörtert.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt einen Vermerk in diesem Bericht, wenn ein Mitglied des Aufsichtsrats in einem Geschäftsjahr an weniger als der Hälfte der Sitzungen des Aufsichtsrats teilgenommen hat. Im Berichtszeitraum gab es personelle Veränderungen im Aufsichtsrat der METRO AG. Unter anderem schied Herr Prof. Dr. Klaus Mangold im Mai 2013 aus dem Gremium aus und nahm vor diesem Hintergrund nicht an der Hälfte der Sitzungen des Aufsichtsrats im Rumpfgeschäftsjahr teil. Herr Dr. Fredy Raas wurde erst im Juli 2013 zum Mitglied des Aufsichtsrats bestellt und konnte aufgrund dessen nicht an mindestens 50 Prozent der Sitzungen teilnehmen. Von diesen Ausnahmen abgesehen nahm kein Mitglied an weniger als der Hälfte der Sitzungen teil.

Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber offenzulegen sind, sind im Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht aufgetreten.

## Wesentliche Inhalte der Aufsichtsratssitzungen und -beschlüsse im Jahresüberblick

**Februar 2013** – In der ersten, außerordentlich einberufenen Sitzung des Rumpfgeschäftsjahres 2013 beschloss der Aufsichtsrat, Herrn Pieter Haas für die Dauer von drei Jahren zum Mitglied des Vorstands der METRO AG zu bestellen. Wir stimmten ferner dem Dienstvertrag zwischen Herrn Haas und der METRO AG sowie einer Anpassung des Geschäftsverteilungsplans für den Vorstand zu. Darin wurde Herrn Haas die Zuständigkeit für die Themen Business Innovation/New Ventures, IT Management, die IT-Dienstleistungsgesellschaft METRO SYSTEMS und Media-Saturn übertragen. Des Weiteren erörterten wir die erfolgsabhängige Vorstandsvergütung für das Geschäftsjahr 2012. Schließlich beschlossen wir, einen Berater für die Suche nach geeigneten Kandidatinnen für die Aufsichtsratswahlen der Hauptversammlung 2013 zu beauftragen.

In einer weiteren außerordentlichen Sitzung am 21. Februar 2013 fasste der Aufsichtsrat Beschluss über die individuellen Leistungsfaktoren der Mitglieder des Vorstands zur Bestimmung der Höhe des Short-Term Incentive 2012 sowie über den Corporate-Governance-Bericht 2012.

---

**März 2013** – Schwerpunkte unserer Bilanzsitzung am 15. März 2013 waren der Jahres- und Konzernabschluss 2012, die Lageberichte der METRO AG und des Konzerns 2012, der Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2013 für die Verwendung des Bilanzgewinns sowie der Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2012. An der Erörterung nahm der Abschlussprüfer teil und berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der durchgeführten Prüfungen. Nach intensiver Erörterung beschlossen wir ferner, die Bestellung von Herrn Frans W. H. Muller zum Mitglied des Vorstands der METRO AG mit Wirkung zum Ablauf des 31. März 2013 einvernehmlich aufzuheben. Wir entschieden auch über den Abschluss eines Aufhebungsvertrags mit Herrn Muller und beschlossen den mit seinem Ausscheiden anzupassenden Geschäftsverteilungsplan für den Vorstand. Weitere Themen der Sitzung waren der Bericht des Aufsichtsrats 2012, die Vorbereitung der Hauptversammlung 2013, die aktuelle Geschäftsentwicklung und der Spendenbericht des Vorstands. Vorbehaltlich der Prüferwahl durch die Hauptversammlung 2013 beschlossen wir die Prüfungsaufträge für den Jahres- und Konzernabschluss zum 30. September 2013 sowie für die prüferische Durchsicht des verkürzten Abschlusses und Zwischenlageberichts des ersten Halbjahres 2013. Wir ließen uns schließlich auch über den Status quo der Schließung von Media Markt in China und der Auseinandersetzungen mit dem Minderheitsgesellschafter der Media-Saturn-Holding GmbH informieren.

**Mai 2013** – Im Wege eines schriftlichen Verfahrens beschlossen wir Anfang Mai 2013 eine Stellungnahme zu dem Gegenantrag eines Aktionärs betreffend Tagesordnungspunkt 2 der Tagesordnung zur Hauptversammlung am 8. Mai 2013.

In einer Sitzung unmittelbar vor Beginn der Hauptversammlung berichtete der Vorstand über die aktuelle Geschäftsentwicklung, den Stand der Neuausrichtung von METRO Cash & Carry sowie weitere Projekte. Der Aufsichtsrat fasste einen Beschluss über die Bevollmächtigung einer Rechtsanwaltssozietät im Zusammenhang mit der Klage eines Aktionärs auf Feststellung der Nichtigkeit des Jahresabschlusses der METRO AG zum 31. Dezember 2012 sowie vorsorglich für etwaige Anfechtungs- und/oder Nichtigkeitsklagen gegen Beschlüsse der Hauptversammlung 2013. Eine zweite Sitzung des Aufsichtsrats fand unmittelbar nach der Hauptversammlung am 8. Mai 2013 statt. Da mit dem Ende der Hauptversammlung formal für die meisten Aufsichtsratsmitglieder eine neue Amtszeit begann, waren zahlreiche Funktionen innerhalb des Gremiums neu zu besetzen. Unter anderem wählten wir Herrn Werner Klockhaus erneut zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden, Herrn Rainer Kuschewski erstmals zum Mitglied des Bilanz- und Prüfungsausschusses sowie Herrn Uwe Hoepfel erstmals zum Mitglied des Aufsichtsratspräsidiums, des Personalausschusses und des Vermittlungsausschusses. Innerhalb dieser Sitzung des Aufsichtsrats wählten die Mitglieder des Bilanz- und Prüfungsausschusses Herrn Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler erneut zu ihrem Ausschussvorsitzenden.

---



---

**Juni 2013** – Im Wege eines schriftlichen Verfahrens stimmte der Aufsichtsrat dem Verkauf eines Fachmarktcenters in der Türkei sowie damit verbundenen Investitionen für die Anmietung von Teilflächen zu.

**Juli 2013** – Unter Beteiligung von Führungskräften der Vertriebslinien des Konzerns fand im Juli eine Strategiesitzung statt, die auch eine Besichtigung des METRO Cash & Carry Großmarkts in Düsseldorf beinhaltete. Zwischen Vorstand und Aufsichtsrat bestand Einigkeit darüber, den bereits 2012 intensiv diskutierten Weg fortzusetzen. Die Strategie des Vorstands zielt darauf ab, den flächenbereinigten Umsatz zu steigern und eine nachhaltig positive Ergebnisentwicklung zu sichern. Die Grundlage bilden die fünf Schwerpunkte „transformieren, wachsen, optimieren, expandieren und Innovationen treiben“. Sie beschreiben, wie die METRO GROUP ihr Geschäft versteht und geben allen Vertriebslinien und Gesellschaften des Konzerns eine gemeinsame Richtung: die Schaffung von Kundenmehrwert. Der Aufsichtsrat hat sich eingehend mit dem Stand der Umsetzung der wesentlichen strategischen Initiativen in verschiedenen Konzernteilen befasst. Ferner erörterten wir die aktuelle Geschäftsentwicklung und konnten feststellen, dass zahlreiche Einzelprojekte – trotz der wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen – bereits erste Erfolge zeitigen.

In einer zweiten Sitzung des Aufsichtsrats im Juli wählten wir Herrn Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler zum Mitglied des Vermittlungsausschusses gemäß § 27 Abs. 3 Mitbestimmungsgesetz (MitbestG). Diese Ergänzungswahl war infolge des bedauerlichen Todes von Herrn Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Erich Greipl am 2. Juli 2013 notwendig. Ferner informierte uns der Vorstand über den Status quo der Budgetplanung 2013/14 ff, über aktuelle Projekte und gerichtliche Verfahren sowie sonstige Entwicklungen. Dazu gehörten auch die Neuerungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 13. Mai 2013. Im Zusammenhang mit einer Klage wegen Anfechtung des Gewinnverwendungsbeschlusses der Hauptversammlung der METRO AG vom 5. Mai 2010 beschloss der Aufsichtsrat, für das Revisionsverfahren einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt zu bevollmächtigen.

**September 2013** – In weiterer Folge des Todes von Herrn Prof. Greipl fand in der letzten Sitzung des Rumpfgeschäftsjahres eine Ergänzungswahl für den Bilanz- und Prüfungsausschuss statt. Das Plenum wählte Herrn Dr. Fredy Raas, seit dem 31. Juli 2013 Mitglied des Aufsichtsrats, zum neuen Ausschussmitglied. Weitere Schwerpunkte der Sitzung waren die Beschlussfassungen über die vom Vorstand vorgelegte Budgetplanung, den Erwerb eines Immobilienportfolios und die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG.

---

---

## 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](http://www.metrogroup.de) unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar. Den Vorsitz in allen Ausschüssen mit Ausnahme des Bilanz- und Prüfungsausschusses führt der Aufsichtsratsvorsitzende. 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),  
Dr. Wulf H. Bernotat, Uwe Hoepfel

— **Personalausschuss:**

Franz M. Haniel (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),  
Dr. Wulf H. Bernotat, Uwe Hoepfel

— **Bilanz- und Prüfungsausschuss:**

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),  
Franz M. Haniel, Rainer Kuschewski, Dr. Fredy Raas, Xaver Schiller

— **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),  
Uwe Hoepfel, Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Stand: 10. Dezember 2013

---

---

**Bilanz- und Prüfungsausschuss** – Die Aufgaben des Bilanz- und Prüfungsausschusses umfassen vor allem Fragen der Rechnungslegung und Abschlussprüfung sowie die Themen Risikomanagement und Compliance. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 fanden fünf Sitzungen statt. Der Vorsitzende des Vorstands und der Finanzvorstand haben an allen Sitzungen teilgenommen. Zu ausgewählten Sitzungen beziehungsweise Tagesordnungspunkten wurden der Abschlussprüfer sowie Führungskräfte der zuständigen Fachbereiche der METRO AG hinzugezogen.

Der Bilanz- und Prüfungsausschuss bereitete die Bilanzsitzung des Aufsichtsrats im März 2013 vor und prüfte den Jahres- und Konzernabschluss 2012, die Lageberichte sowie den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2012. In Anwesenheit des Abschlussprüfers erörterte das Gremium ferner die Ergebnisse der Abschlussprüfungen. Auf dieser Grundlage sprach der Bilanz- und Prüfungsausschuss konkrete Beschlussempfehlungen an den Aufsichtsrat aus; dazu zählte insbesondere, den Jahres- und Konzernabschluss 2012 zu billigen und sich dem Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung für die Verwendung des Bilanzgewinns anzuschließen.

Ein weiterer Schwerpunkt der Ausschussarbeit war es, die Wahl des Abschlussprüfers für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 durch die Hauptversammlung und die zur Umsetzung des Wahlbeschlusses erteilten Aufträge vorzubereiten. Im Einzelnen waren dies die Aufträge für die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und für die prüferische Durchsicht des verkürzten Abschlusses und Zwischenlageberichts des ersten Halbjahres 2013 (1. Januar bis 30. Juni 2013). Vor der Wahl beziehungsweise bei der Beauftragung des Abschlussprüfers sorgte der Ausschuss für die Einhaltung der einschlägigen Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Jeweils vor der Veröffentlichung erörterten die Mitglieder des Bilanz- und Prüfungsausschusses den Quartalsfinanzbericht Q1 2013 sowie den Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2013. Weitere Themen der Ausschussarbeit waren die Budgetplanung des Vorstands, die Prüfungsplanung des gewählten Abschlussprüfers und der Stand der Abwicklung des Verkaufs von Real Osteuropa (Polen, Rumänien, Russland und Ukraine). Der Ausschuss erörterte ferner den Status eines Projekts zur Weiterentwicklung der Governance-Funktionen (Risikomanagement, interne Kontrollsysteme, Compliance und interne Revision), die kennzahlenbasierte variable Vergütung der Führungskräfte und die Änderung der Segmentberichterstattung des Konzerns zum Beginn des Geschäftsjahres 2013/14. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss befasste sich auch mit der Konzernsteuerplanung, der Vergabe von Spenden sowie internationalen kartellrechtlichen Entwicklungen und bereitete die jüngste Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG vor.

In der Sitzung des Aufsichtsrats nach der Hauptversammlung wählten die Mitglieder des Bilanz- und Prüfungsausschusses im Mai 2013 Herrn Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler erneut zum Ausschussvorsitzenden.

**Personalausschuss** – Der Personalausschuss befasst sich im Wesentlichen mit den Personalangelegenheiten des Vorstands. Im Geschäftsjahr 2013 fanden vier Ausschusssitzungen statt, davon zwei gemeinsam mit dem Aufsichtsratspräsidium. Der Personalausschuss befasste sich mit der Zusammensetzung des Vorstands, seinem Geschäftsverteilungsplan sowie dienstvertraglichen Angelegenheiten und bereitete die Entscheidungen des Aufsichtsrats vor. Hierzu zählten insbesondere die Bestellung von Herrn Pieter Haas zum Mitglied des Vorstands und der Abschluss seines Dienstvertrags sowie die Beschlussfassung über das einvernehmliche Ausscheiden von Herrn Frans W. H. Muller aus dem Vorstand und den begleitenden

---

---

Aufhebungsvertrag. Ferner hat der Ausschuss die Entscheidung des Aufsichtsrats über individuelle Leistungsfaktoren der Vorstandsmitglieder vorbereitet, die Einfluss auf die Höhe der erfolgsabhängigen Vorstandsvergütung 2012 hatten. Zur Vorbereitung der Beschlussfassung des Aufsichtsrats über die Leistungsfaktoren 2013 haben wir im Ausschuss zu Beginn des Rumpfgeschäftsjahres die persönlichen Zielsetzungen der (damals aktiven) Mitglieder des Vorstands und im Sommer 2013 einen Zwischenstand der Zielerreichung diskutiert. Für Herrn Haas wurden zeitnah nach seinem Eintritt in den Vorstand im April 2013 individuelle Ziele erörtert. Weitere wesentliche Themen der Ausschussarbeit waren der Vergütungsbericht 2012, neue Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zur Vorstandsvergütung sowie die Nachfolgeplanung. Schließlich befasste sich der Ausschuss turnusgemäß auch mit der Prüfung von Aufwendungen auf Basis der für den Vorstand geltenden Reisekostengrundsätze.

**Aufsichtsratspräsidium** – Das Aufsichtsratspräsidium befasst sich mit der Konzern- und Regionalstrategie, 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 tagte das Aufsichtsratspräsidium zweimal, jeweils gemeinsam mit dem Personalausschuss. Im Zuge der gemeinsamen Beratungen mit dem Personalausschuss erörterte das Präsidium Fragen der Unternehmensstrategie. Weitere wesentliche Themen des Präsidiums waren die Corporate Governance der METRO GROUP einschließlich des Corporate-Governance-Berichts 2012 und die Vorbereitung der jüngsten Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG. Beschlussfassungen über eilige oder durch den Aufsichtsrat übertragene Angelegenheiten waren nicht erforderlich.

**Nominierungsausschuss** – Aufgabe des Nominierungsausschusses ist es, dem Aufsichtsrat geeignete Kandidaten für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung zu nennen. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 tagte der Nominierungsausschuss dreimal. Zwei dieser Sitzungen dienten der Vorbereitung der Aufsichtsratswahlen in der Hauptversammlung am 8. Mai 2013. Auf Empfehlung des Nominierungsausschusses hat das Plenum der Hauptversammlung die Wiederwahl der Herren Dr. Wulf H. Bernotat, Jürgen Fitschen, Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Erich Greipl, Mattheus P. M. (Theo) de Raad und Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler sowie die erstmalige Wahl von Baroness (vormals Dame) Lucy Neville-Rolfe DBE CMG vorgeschlagen. Die Vorschläge wurden angenommen. Nach dem Tod von Herrn Prof. Greipl hat sich der Nominierungsausschuss für eine gerichtliche Bestellung von Herrn Dr. Fredy Raas zum Mitglied des Aufsichtsrats ausgesprochen. Die gerichtliche Bestellung von Herrn Dr. Raas erfolgte antragsgemäß befristet bis zum Ende der Hauptversammlung am 12. Februar 2014; der Hauptversammlung 2014 soll Herr Dr. Raas sodann zur Wahl in den Aufsichtsrat vorgeschlagen werden.

**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 auch im Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht erforderlich.

---

---

## Corporate Governance

Über die Corporate Governance der METRO GROUP berichten Vorstand und Aufsichtsrat im Corporate-Governance-Bericht für das Rumpfgeschäftsjahr 2013. Der Bericht wird zusammen mit der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB auch auf der Website [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de) unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance veröffentlicht.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben ihre jüngste Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG im September 2013 abgegeben und den Aktionären auf der Website [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de) dauerhaft zugänglich gemacht. Die Erklärung ist ferner im Corporate-Governance-Bericht 2013 vollständig wiedergegeben.

## 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013, den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 sowie den Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2014 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 10. Dezember 2013 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 (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 10. Dezember 2013 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 9. Dezember 2013 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

Der Aufsichtsrat der METRO AG setzt sich aus 20 Mitgliedern zusammen, von denen jeweils zehn durch die Hauptversammlung und zehn durch die Arbeitnehmer gewählt werden. Mit Beendigung der Hauptversammlung am 8. Mai 2013 lief die Amtsperiode von 16 Mitgliedern des Aufsichtsrats ab (davon sechs Vertreter der Aktionäre). Durch Beschluss der Hauptversammlung wurden die Herren Dr. Wulf H. Bernotat, Jürgen Fitschen, Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Erich Greipl, Mattheus P. M. (Theo) de Raad und Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler erneut zu Mitgliedern des Aufsichtsrats bestimmt. Erstmals in den Aufsichtsrat der METRO AG gewählt wurde Baroness (vormals Dame) Lucy Neville-Rolfe DBE CMG. Herr Prof. Dr. Klaus Mangold schied nach langjähriger Mitgliedschaft mit dem Ende der Hauptversammlung 2013 aus dem Aufsichtsrat aus.

Die Arbeitnehmersvertreter wurden am 21. März 2013 durch die Delegiertenversammlung gewählt. Die Herren Ulrich Dalibor, Hubert Frieling, Andreas Herwarth, Uwe Hoepfel, Werner Klockhaus, Rainer Kuschewski, Xaver Schiller sowie die Damen Gabriele Schendel und Angelika Will wurden wiedergewählt. Frau Susanne Meister wurde erstmals Mitglied des Gremiums. Herr Peter Stieger schied nach langjähriger Mitgliedschaft mit dem Ende der Hauptversammlung 2013 aus dem Aufsichtsrat aus.

Der Aufsichtsrat dankt den Herren Prof. Dr. Klaus Mangold und Peter Stieger sehr herzlich für ihr großes Engagement. Beide Herren haben die Entwicklung der METRO GROUP über viele Jahre begleitet und die Arbeit des Aufsichtsrats durch ihren reichen Erfahrungsschatz in besonderer Weise unterstützt.

Am 2. Juli 2013 verstarb Herr Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Erich Greipl, Geschäftsführer der Otto Beisheim Group GmbH & Co. KG, der dem Aufsichtsrat der METRO AG seit 1996 angehörte. Mit ihm verloren Vorstand und Aufsichtsrat einen renommierten Handlungsexperten, hochgeschätzten Wegbegleiter und großartigen Menschen. Als sein Nachfolger trat durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf am 31. Juli 2013 Herr Dr. Fredy Raas in den Aufsichtsrat ein.

Düsseldorf, 10. Dezember 2013

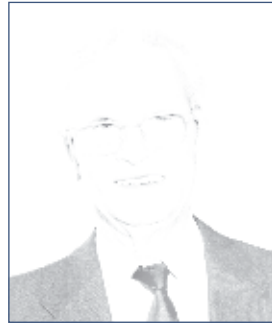
Der Aufsichtsrat



---

**FRANZ M. HANIEL**  
Vorsitzender





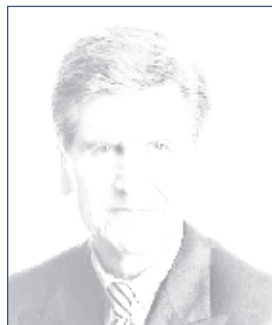
PROFESSOR DR. H. C. MULT.  
**OTTO BEISHEIM**

**3. Januar 1924 bis 18. Februar 2013**

Otto Beisheim war einer der Gründerväter unseres Unternehmens – ein Händler mit Leib und Seele. Der Sohn eines Gutsverwalters absolvierte zunächst eine Lehre zum Kaufmann für Lederwaren. Nach dem Zweiten Weltkrieg stieg er beim Elektrogeräte-Großhändler Stöcker & Reinshagen bis zum Prokuristen auf, bevor er schließlich 1964 zum Hauptgeschäftsführer der neu gegründeten METRO-SB-Großmärkte GmbH & Co. KG ernannt wurde. Beisheim hatte sich seinerzeit auf einer Geschäftsreise in den USA mit dem Cash-and-Carry-Prinzip vertraut gemacht. In den folgenden Jahren etablierte er den Abholgroßhandel in Deutschland. Unter alleiniger Führung von Beisheim, der 1967 nicht nur die Haniel-Familie als Gesellschafter gewinnen konnte, sondern selbst ein Drittel der Anteile am Unternehmen

übernahm, sollte sich METRO Cash & Carry zur erfolgreichsten Neugründung der Nachkriegszeit entwickeln. Zu seiner aktiven Zeit erwarb das Unternehmen außerdem Mehrheitsbeteiligungen an Handelsgesellschaften wie der der Kaufhof Warenhaus AG. Otto Beisheim war nicht nur Unternehmer, sondern auch ein großzügiger Förderer der Kultur, des Sports und der Wissenschaft. 1993 unterstützte er beispielsweise die private Wirtschaftliche Hochschule für Unternehmensführung (WHU) bei Koblenz. Sie trägt seither seinen Namen. 1994 – zwei Jahre vor der Gründung der METRO AG – gab Otto Beisheim den Vorsitz im Verwaltungsrat der damaligen METRO-Holding ab. Er blieb dem Unternehmen aber bis zuletzt eng verbunden.

**Mit Otto Beisheim haben wir 2013 unseren Unternehmensgründer verloren,  
der die Geschichte und Geschicke der METRO GROUP über Jahrzehnte  
hinweg geprägt hat.**



PROFESSOR DR. DR. H. C. MULT.  
ERICH GREIPL

**2. September 1940 bis 2. Juli 2013**

Der Lebensweg von Erich Greipl war seit Mitte der 1980er-Jahre eng mit dem von Otto Beisheim sowie mit der METRO GROUP verwoben. Erich Greipl, der 1972 an der Ludwig-Maximilians-Universität in München promovierte, startete seine berufliche Laufbahn zunächst beim ifo-Institut für Wirtschaftsforschung. 1982 kam er als Marketing-Direktor zur damaligen co op AG nach Frankfurt am Main, 1986 dann als Geschäftsführer zu METRO Cash & Carry. In dieser Zeit begleitete er vor allem die fortlaufende Expansion in Westeuropa und erwarb sich das Vertrauen von Otto Beisheim. Greipl hatte in seiner Karriere verschiedene Führungspositionen inne, war unter anderem Geschäftsführer der O.B. Betriebs GmbH und Mitglied im Vorstand der Otto Beisheim-Stiftung. Seit 1995 war er zudem Mit-

glied der Geschäftsführung der METRO Vermögensverwaltung. 1996 erfolgte die Berufung in den Aufsichtsrat der neu gegründeten METRO AG, dem er bis zuletzt als ordentliches Mitglied angehörte. Erich Greipl engagierte sich auf vielfältige Weise für die enge Verzahnung von Wirtschaft und Wissenschaft. 1990 wurde er zum Honorarprofessor der Universität Mannheim ernannt; 2002 und 2005 verliehen ihm die Technische Universität Dresden beziehungsweise die WHU – Otto Beisheim School of Management die Ehrendoktorwürde. Bis zu seinem Tod setzte sich Erich Greipl auch für die Belange von Industrie und Mittelstand ein, unter anderem als Präsident der Industrie- und Handelskammer Bayerns.

**Wir verneigen uns vor dem beeindruckenden Lebenswerk von Otto Beisheim  
und den großartigen Leistungen von Erich Greipl und nehmen in stiller Trauer Abschied.**

—  
Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG und  
Mitarbeiter der METRO GROUP

# 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 eingehend mit der Erfüllung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex befasst und im September 2013 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 der Fassung vom 13. Mai 2013 entsprochen wird und beabsichtigt ist, ihnen auch zukünftig zu entsprechen. Seit

Abgabe der letzten Entsprechenserklärung im Dezember 2012 wurde allen Empfehlungen der Regierungskommission in der Fassung vom 15. Mai 2012 entsprochen.“

Diese und die vorangegangenen Erklärungen gemäß § 161 AktG der letzten fünf Jahre macht die METRO AG ihren Aktionären auf der Website [www.metrogroup.de](http://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 Kodex-Anregungen. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 hat das Unternehmen lediglich einen Punkt 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 2013 – 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 vier 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 Überwa-

chung 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 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 enthält der Konzerngeschäftsbericht der METRO AG für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 auf den Seiten 14,15 und 299; die Mitglieder des Aufsichtsrats sind auf den Seiten 295 bis 297 aufgeführt. 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](http://www.metrogroup.de) unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar.

## Ziele des Aufsichtsrats für seine Zusammensetzung und Stand der Umsetzung

Zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung seiner Aufgaben muss der Aufsichtsrat über ein breites Spektrum an Kenntnissen, Fähigkeiten und Erfahrungen verfügen. Um dies zu erreichen, hat der Aufsichtsrat konkrete Besetzungsanforderungen formuliert. Im Einzelnen sind dies:

### **Vielfalt**

Vor dem Hintergrund der internationalen Expansion der METRO GROUP soll dem Aufsichtsrat mindestens eine Unternehmerpersönlichkeit mit fundierter Erfahrung in einer der Wachstumsregionen des Unternehmens angehören. Diese Zielsetzung wird durch den Aufsichtsrat in seiner aktuellen Besetzung mehr als erfüllt. Im Gremium sind Mitglieder vertreten, die über fundierte Erfahrung, insbesondere in den Wachstumsregionen Osteuropa und Asien, verfügen.

Um den Bestand an qualifizierten Persönlichkeiten für die Besetzung des Aufsichtsrats besser zu nutzen, wurde bereits 2010 ein zu erreichender Frauenanteil festgesetzt: Nach den Aufsichtsratswahlen 2013 sollten mindestens 20 Prozent der Sitze im Aufsichtsrat mit Frauen besetzt sein. Für das Jahr 2018 wurde die Zielmarke auf 30 Prozent festgesetzt. Die erste Stufe der Zielsetzung hat das Unternehmen 2013 nicht nur erreicht, sondern übertroffen. Aktuell beträgt der Frauenanteil im Aufsichtsrat 25 Prozent. An dem Ziel für 2018 hält der Aufsichtsrat fest.

### **Unabhängigkeit**

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). Fünf weitere, aus der Mitte des Aufsichtsrats zu wählende 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 den Gebieten der Corporate Governance und 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/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. Ebenfalls zu beachten ist eine weitere Regelung der Geschäftsordnung, wonach die Mitglieder des Aufsichtsrats, außer in begründeten Ausnahmefällen, nicht länger amtieren als bis zum Ende der Hauptversammlung, die auf die Vollendung ihres 75. Lebensjahres folgt. Wann ein begründeter Ausnahmefall vorliegt, entscheidet der Aufsichtsrat nach eigenem Ermessen.

Auch diese Zielsetzungen werden durch den Aufsichtsrat der METRO AG aktuell erfüllt. Kein Mitglied des Aufsichtsrats wird die Altersgrenze von 75 Jahren kurzfristig erreichen und kein Mitglied übt ein Aufsichtsmandat bei direkten, wesentlichen Konkurrenzunternehmen aus. Ein Mitglied des Aufsichtsrats wird 2015 das 75. Lebensjahr vollenden 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-Management-System bündelt die METRO GROUP Maßnahmen zur Einhaltung dieser Regeln.

Das Compliance-Management-System zielt darauf ab, Regelverstößen im Unternehmen systematisch und dauerhaft vorzubeugen. Die METRO GROUP identifiziert regelmäßig verhaltensbedingte Unternehmensrisiken, etabliert die erforderlichen organisatorischen Strukturen und lässt die Risiken

konsistent durch die jeweils verantwortlichen Fachbereiche steuern und kontrollieren. Das Unternehmen verfügt über ein systematisches Berichtswesen. Dieses gewährleistet, dass die wesentlichen Compliance-Risiken und -Maßnahmen transparent und dokumentiert sind. Durch Mitarbeiterbefragungen, interne Kontrollen und Prüfungshandlungen wird fortlaufend ermittelt, welche Weiterentwicklungen des Compliance-Management-Systems 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-Management-System kontinuierlich weiterentwickelt.

Weitere Steuerungssysteme sind neben Compliance und Risikomanagement die internen Kontrollsysteme und die interne Revision. Im Rumpfgeschäftsjahr hat die METRO AG die Berichte der verschiedenen Steuerungssysteme stärker harmonisiert und die aus den Systemen gewonnenen Erkenntnisse einer ganzheitlichen Validierung und Bewertung unterzogen. Diese verbesserte Vorgehensweise ermöglicht einen aggregierten Überblick über die konzernrelevanten Chancen und Risiken, die Wirksamkeit der Steuerungssysteme und den weiteren Entwicklungsbedarf.

— Weitere Informationen zu den Themen Compliance und Risikomanagement sind im Konzerngeschäftsbericht der METRO AG für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 auf den Seiten 175 und 176 sowie in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB enthalten. Die Erklärung ist über die Website [www.metrogroup.de](http://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](http://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. Weiterhin besteht die Möglichkeit, einen elektronischen Investor-Relations-Nachrichtendienst zu abonnieren.

### 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 GROUP 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 Gesamtsumme 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurden auf der Website [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de) unter der Rubrik Investor Relations – Publikationen – Directors' Dealings veröffentlicht.

Der Gesamtbesitz der durch alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder gehaltenen Aktien der METRO AG betrug zum 30. September 2013 weniger als 1 Prozent der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

## Abschlussprüfung

### Abschlussprüfungen 2013

Die Hauptversammlung der METRO AG hat im Mai 2013 die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (KPMG) zum Abschlussprüfer für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 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 November 2013 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 Unter-

nehmenskontrolle. 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. Um die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers der METRO AG zu stärken, hat der Vorstand – nach Abstimmung mit dem Bilanz- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats – Ende 2011 eine freiwillige Selbstverpflichtung beschlossen, die über gesetzliche Regelungen und Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex hinausgeht. Nach dieser Selbstverpflichtung dürfen die Honorare für prüfungsferne Leistungen des gewählten Abschlussprüfers und der Mitglieder seines Netzwerks seit 2012 pro Jahr maximal ein Drittel des Gesamthonorars für Abschlussprüfungen und prüfungsnahe Leistungen betragen. Aufträge betreffend prüfungsferne Leistungen, die über diese Schwelle hinausreichen, werden durch den Vorstand nur mit Zustimmung des Bilanz- und Prüfungsausschusses erteilt beziehungsweise genehmigt.

Ausführliche Informationen zum Thema Corporate Governance bei der METRO GROUP sind auch auf der Website [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de) unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar.



# ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

S. 84	Überblick über das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und Prognose
S. 86	1. Geschäftsmodell des Konzerns
S. 89	2. Steuerungssystem
S. 91	3. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen
S. 96	4. Ertragslage
S. 108	5. Finanz- und Vermögenslage
S. 117	6. Mitarbeiter
S. 130	7. Innovationsmanagement
S. 133	8. Nachhaltigkeitsmanagement
S. 146	9. Vergütungsbericht
S. 154	10. Angaben gemäß § 315 Abs. 4 HGB und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands
S. 160	11. Merkmale des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sowie erläuternder Bericht des Vorstands
S. 164	12. Risiko- und Chancenbericht
S. 179	13. Nachtrags- und Prognosebericht
S. 185	14. Ergänzende Angaben für die METRO AG (gemäß HGB)

# ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

## Überblick über das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und Prognose

### Ertragslage

- Umsatz der METRO GROUP wuchs im Rumpfgeschäftsjahr 2013, bereinigt um Portfolioveränderungen und Wechselkurseffekte, um 0,9 Prozent auf 45,0 Mrd. €
- Berichteter Umsatz sank leicht um 2,2 Prozent auf 46,3 Mrd. € (in lokaler Währung: -1,3 Prozent)
- EBIT vor Sonderfaktoren der METRO GROUP stieg auf 728 Mio. € (9M 2012: 706 Mio. €)
- Periodenergebnis vor Sonderfaktoren erreichte 16 Mio. € (9M 2012: 165 Mio. €)
- Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren lag bei 0,03 € nach 0,49 € im Vorjahresvergleichszeitraum

### Finanz- und Vermögenslage

- Nettoverschuldung gegenüber dem 30. September 2012 deutlich um 2,3 Mrd. € auf 5,4 Mrd. € zurückgeführt
- Investitionen lagen bei 691 Mio. € (9M 2012: 954 Mio. €)
- Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit deutlich um 0,3 Mrd. € auf -1,8 Mrd. € (9M 2012: -2,1 Mrd. €) verbessert
- Bilanzsumme beträgt 28,8 Mrd. € (30.9.2012: 31,6 Mrd. €; 31.12.2012: 34,8 Mrd. €)
- Eigenkapital lag bei 5,2 Mrd. € (30.9.2012: 5,6 Mrd. €; 31.12.2012: 5,7 Mrd. €); Eigenkapitalquote beträgt 18,1 Prozent (30.9.2012: 17,9 Prozent; 31.12.2012: 16,3 Prozent)
- Langfristiges Rating ist „BBB-“ (Standard & Poor's) sowie „Baa3“ (Moody's)

## Prognose der METRO GROUP

### Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2013/14 erwarten wir – trotz der weiterhin unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik und bereinigt um die umgesetzten beziehungsweise angekündigten Portfoliomaßnahmen – ein leicht positives Gesamtumsatzwachstum. Bei der Berechnung dieser Prognose haben wir nahezu konstante Wechselkurse unterstellt.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum erwarten wir nach -1,3 Prozent im Vorjahr eine Trendverbesserung und einen Umsatz in etwa auf dem Niveau des Vorjahres.

### Ergebnis

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2013/14 von der weiterhin unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik geprägt sein. Dementsprechend werden wir auch 2013/14 weiterhin einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und strikte Kostenkontrolle legen.

Die bereits angekündigte Neuausrichtung der Immobilienstrategie wird sich auf das Ergebnis auswirken. Im Vorjahr waren im EBIT vor Sonderfaktoren von 2.000 Mio. € über das übliche Ausmaß hinausgehende Erträge aus Immobilienveräußerungen enthalten. Zudem reduziert sich die Vergleichsbasis um Ergebnisbeiträge aus Portfolioveränderungen. Bereinigt um diese Effekte in Höhe von insgesamt rund 300 Mio. € beträgt der vergleichbare Vorjahreswert 1,7 Mrd. €. Diesen Wert wollen wir im Geschäftsjahr 2013/14 spürbar übertreffen. Bei der Berechnung der Prognose haben wir nahezu konstante Wechselkurse unterstellt.

## Geschäftsjahresumstellung

Im aktuellen Jahr hat die METRO GROUP das Ende ihres Geschäftsjahres vom 31. Dezember auf den 30. September umgestellt. Zum Übergang ist das aktuelle Geschäftsjahr 2013 ein neunmonatiges Rumpfgeschäftsjahr (1. Januar 2013 bis 30. September 2013). Das kommende Geschäftsjahr 2013/14 ab dem 1. Oktober 2013 ist wieder ein normales zwölfmonatiges Geschäftsjahr.

Im zusammengefassten Lagebericht wird bei stichtagsbezogenen Aussagen der 30. September 2013 dem 31. Dezember 2012 als Vorjahreswert gegenübergestellt, um hierdurch die Entwicklung im Rumpfgeschäftsjahr 2013 darzustellen. Bei zeitraumbezogenen Aussagen wird das Rumpfgeschäftsjahr 2013 mit dem entsprechenden Vorjahresvergleichszeitraum (1. Januar 2012 bis 30. September 2012) verglichen. Da die Zahlen zum 30. September 2012 aus dem Quartalsabschluss Q3 2012 stammen, der keiner Prüfung durch den Abschlussprüfer unterlag, sind diese ungeprüft. In Ausnahmefällen wird von dieser Vorgehensweise abgewichen, sofern die entsprechenden Vorjahreszahlen nicht verfügbar sind oder wenn diese keine geeigneten Vergleichswerte darstellen (beispielsweise bei hohen saisonalen Schwankungen). Auf Abweichungen wird im entsprechenden Textabschnitt explizit hingewiesen. Die Vorjahresperioden werden in den Texten des Geschäftsberichts als „Vorjahresvergleichszeitraum“ (= 9M 2012) und „Vorjahr“ (= 12M 2012) bezeichnet.

## Erstanwendung DRS 20

Der neue Deutsche Rechnungslegungs Standard 20 (DRS 20) „Konzernlagebericht“ wurde im vorliegenden Geschäftsbericht erstmals angewendet. Dies führte zu einer Reihe von Änderungen des Lageberichts. Es wurde ein neues Kapitel „Steuerungssystem“ ergänzt, in dem die für die interne Steuerung der METRO GROUP relevanten Steuerungskennzahlen aufgeführt werden. Die bedeutsamsten Steuerungskennzahlen bilden gemäß DRS 20 die Basis für die Beschreibung des Geschäftsverlaufs sowie die Prognose für das nächste Geschäftsjahr. Auf der Basis der Prognose wird im Bericht des folgenden Geschäftsjahres ein Vergleich der Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung für die bedeutsamsten Steuerungskennzahlen vorgenommen. Außerdem wurden neue Anforderungen für den Risikobericht umgesetzt, der darüber hinaus mit dem Chancenbericht zusammengefasst wurde. Des Weiteren wurden durch den DRS 20 zusätzlich geforderte Angaben in verschiedenen Kapiteln ergänzt.

## Zusammengefasster Lagebericht

Im vorliegenden Lagebericht wurde erstmals das Wahlrecht genutzt, den Lagebericht der METRO AG in den Konzernlagebericht zu integrieren. Dieser zusammengefasste Lagebericht wird anstelle des Konzernlageberichts im Geschäftsbericht der METRO GROUP veröffentlicht. Er enthält am Ende ein Kapitel mit Angaben gemäß HGB speziell für die Gesellschaft METRO AG.

## 1. Geschäftsmodell des Konzerns

Die Struktur der METRO GROUP ist durch eine klare Zuteilung der Verantwortlichkeiten gekennzeichnet. An der Spitze des Unternehmens steht die METRO AG. Als zentrale Management-Holding 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.

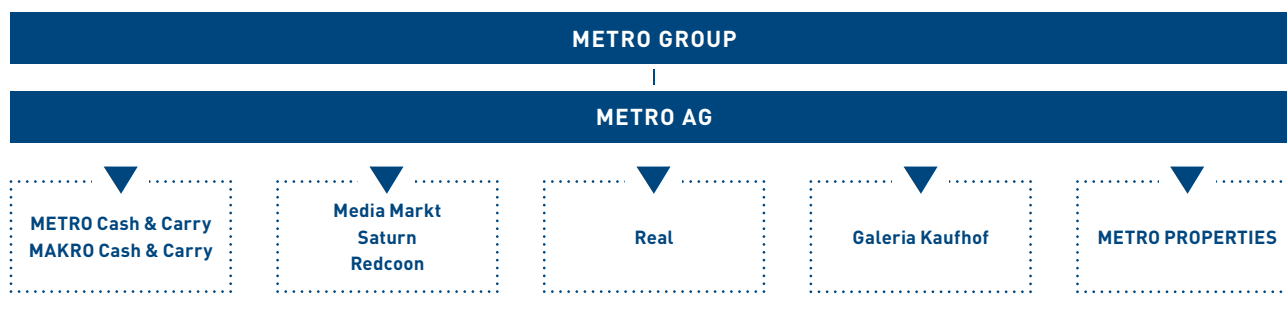
Das operative Geschäft verantworten unsere vier Vertriebslinien. Die Vertriebslinien agieren teilweise mit unterschiedlichen Marken oder über Tochtergesellschaften am Markt, abhängig von der jeweiligen Strategie, dem Segment und dem spezifischen Wettbewerbsumfeld.

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

Unsere Immobilienkompetenzen, -strukturen und -funktionen haben wir bislang in der Gesellschaft METRO PROPERTIES gebündelt. Mit dem Ziel, effiziente Prozesse innerhalb unseres Unternehmens zu ermöglichen, werden wir die operativen Aktivitäten ab dem kommenden Geschäftsjahr in die Vertriebslinien integrieren und dieses Segment nicht mehr separat darstellen.

Servicegesellschaften unterstützen die Vertriebslinien der METRO GROUP übergreifend mit Dienstleistungen, unter anderem in den Bereichen Einkauf, Informationstechnologie sowie Logistik. Sie werden zusammen mit der Management-Holding METRO AG als „Sonstige“ ausgewiesen.

### METRO GROUP im Überblick



## Die METRO GROUP im Überblick



**METRO Cash & Carry** ist international führend im Selbstbedienungsgroßhandel. Mit den Marken METRO und MAKRO ist die Vertriebslinie in 29 Ländern Europas, Asiens und Afrikas 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.



**Media-Saturn** ist die Nummer eins im europäischen Elektrofachhandel. Das stationäre Geschäft von Media Markt und Saturn ist dabei in nahezu allen 15 Ländern, in denen die Vertriebslinie vertreten ist, eng mit ihren Online-Shops verzahnt. Der reine Internethändler Redcoon, dessen Anteile Media-Saturn seit Juni 2013 zu 100 Prozent hält, vertreibt Produkte in zehn Ländern. Zu den Erfolgsmerkmalen von Media-Saturn gehören die dezentrale Organisationsstruktur, attraktive Angebote, engagierte Mitarbeiter und das innovative Marketing.



**Real** zählt zu den führenden SB-Warenhaus-Betreibern in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Online-Vertrieb aktiv. Die Vertriebslinie betreibt darüber hinaus Standorte in der Türkei. Die SB-Warenhäuser zeichnen sich durch einen großen Anteil an hochwertigen Frischeprodukten, ein vielfältiges Sortiment an Nicht-Lebensmitteln und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Das Geschäft in Rumänien, Russland und der Ukraine wurde im Berichtszeitraum bis auf vier Standorte in Rumänien und einen Standort in Russland an das französische Handelsunternehmen Groupe Auchan übergeben. Die Übertragung des Geschäfts in Polen wird im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2013/14 nach erfolgter Kartellfreigabe erwartet.



**Galeria Kaufhof** ist als Warenhausunternehmen Marktführer in Deutschland und Belgien. In Deutschland tritt die Vertriebslinie unter dem Namen Galeria Kaufhof auf, in Belgien als Galeria Inno. Charakteristisch für die Warenhäuser und den Online-Shop sind leistungsstarke Sortimente mit internationalen Marken und hochwertigen Eigenmarken. Die Warenpräsentation in den Filialen macht den Einkauf zu einem besonderen Erlebnis für die Kunden. Galeria Kaufhof ist als moderne Marke des Einzelhandels mit einem unverwechselbaren Profil positioniert.



**Immobilien:** METRO PROPERTIES ist das Immobilienunternehmen der METRO GROUP. Die Gesellschaft konzentriert sich ab dem 1. Oktober 2013 auf die wichtigsten Werttreiber im Immobilien- und Portfoliomanagement, in der Projektentwicklung und bei Transaktionen. Darüber hinaus fördert sie die Entwicklung ausgewählter Projekte, die unsere Vertriebslinien dabei unterstützen, attraktiver für ihre Kunden zu werden und gleichzeitig den Wert des Immobilienportfolios der METRO GROUP zu steigern. Ab dem Geschäftsjahr 2013/14 werden die Immobilien nicht mehr als separates Segment ausgewiesen.

Standortportfolio nach Ländern und Segmenten

	METRO Cash & Carry			Media-Saturn			Real			Galeria Kaufhof			METRO GROUP		
	31.12. 2012	30.9. 2012	30.9. 2013	31.12. 2012	30.9. 2012	30.9. 2013	31.12. 2012	30.9. 2012	30.9. 2013	31.12. 2012	30.9. 2012	30.9. 2013	31.12. 2012	30.9. 2012	30.9. 2013
<b>Deutschland</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>404</b>	<b>395</b>	<b>405</b>	<b>312</b>	<b>312</b>	<b>310</b>	<b>122</b>	<b>122</b>	<b>122</b>	<b>945</b>	<b>936</b>	<b>944</b>
Belgien	12	12	13	22	21	22				15	15	15	49	48	50
Dänemark	5	5	5										5	5	5
Frankreich	93	92	93										93	92	93
Italien	49	49	49	115	113	115							164	162	164
Luxemburg				2	2	2							2	2	2
Niederlande	17	17	17	41	39	43							58	56	60
Österreich	12	12	12	47	44	47							59	56	59
Portugal	10	10	10	9	9	9							19	19	19
Schweden				28	25	29							28	25	29
Schweiz				27	27	25							27	27	25
Spanien	37	34	37	73	69	70							110	103	107
<b>Westeuropa (ohne Deutschland)</b>	<b>235</b>	<b>231</b>	<b>236</b>	<b>364</b>	<b>349</b>	<b>362</b>				<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>614</b>	<b>595</b>	<b>613</b>
Bulgarien	14	14	14										14	14	14
Griechenland	9	9	9	10	10	10							19	19	19
Kasachstan	8	8	8										8	8	8
Kroatien	7	7	7										7	7	7
Moldawien	3	3	3										3	3	3
Polen	41	41	41	63	62	66	53	54	57				157	157	164
Rumänien	32	32	32				24	24	4				56	56	36
Russland	68	66	70	45	39	50	18	17	1				131	122	121
Serbien	10	10	10										10	10	10
Slowakei	6	6	6										6	6	6
Tschechien	13	13	13										13	13	13
Türkei	27	24	27	28	25	34	12	12	12				67	61	73
Ukraine	33	32	33				2	1	0				35	33	33
Ungarn	13	13	13	21	21	21							34	34	34
<b>Osteuropa</b>	<b>284</b>	<b>278</b>	<b>286</b>	<b>167</b>	<b>157</b>	<b>181</b>	<b>109</b>	<b>108</b>	<b>74</b>				<b>560</b>	<b>543</b>	<b>541</b>
Ägypten	2	2	2										2	2	2
China	64	58	69	7	7	0							71	65	69
Indien	14	11	15										14	11	15
Japan	9	9	9										9	9	9
Pakistan	9	9	9										9	9	9
Vietnam	19	17	19										19	17	19
<b>Asien/Afrika</b>	<b>117</b>	<b>106</b>	<b>123</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>0</b>							<b>124</b>	<b>113</b>	<b>123</b>
<b>International</b>	<b>636</b>	<b>615</b>	<b>645</b>	<b>538</b>	<b>513</b>	<b>543</b>	<b>109</b>	<b>108</b>	<b>74</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>1.298</b>	<b>1.251</b>	<b>1.277</b>
<b>METRO GROUP</b>	<b>743</b>	<b>722</b>	<b>752</b>	<b>942</b>	<b>908</b>	<b>948</b>	<b>421</b>	<b>420</b>	<b>384</b>	<b>137</b>	<b>137</b>	<b>137</b>	<b>2.243</b>	<b>2.187</b>	<b>2.221</b>

## 2. 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 diese 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 sind im Kapitel 4 Ertragslage enthalten.

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 sind im Kapitel 4 Ertragslage enthalten.

### 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.

— Für eine umfassende Darstellung der Finanz- und Vermögenslage siehe Kapitel 5 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 Online-Geschäft) hinsichtlich einer Steigerung des Kundennutzens und des Unternehmenswerts der METRO GROUP vor.

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

— Die Zusammensetzung des Netto-Betriebsvermögens kann dem Konzernanhang unter Nummer 41 „Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung“ entnommen werden.



Die Investitionen und das Netto-Betriebsvermögen 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 erfolgt in Kapitel 5 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 in Kapitel 4 Ertragslage.

### 3. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen<sup>1</sup>

Die Weltwirtschaft entwickelt sich im Jahr 2013 das zweite Jahr in Folge äußerst schwach. Insgesamt bleibt die globale Wirtschaftsleistung mit voraussichtlich 2,1 Prozent sogar noch hinter der des Vorjahres (12M 2012: 2,4 Prozent) zurück. Viele Länder in Europa befanden sich gerade zu Jahresanfang noch in der Rezession. Im Euroraum ging die Konjunktur im ersten Quartal 2013 verglichen mit dem jeweiligen Vorquartal das sechste Mal in Folge zurück. Die staatlichen Maßnahmen zur Haushaltskonsolidierung beeinflussen nach wie vor die wirtschaftliche Entwicklung in vielen Ländern Europas. Gleichzeitig steigt die Arbeitslosigkeit in der Eurozone auf neue Rekordwerte an. Beides wirkt sich wiederum negativ auf die verfügbaren Einkommen und die Kaufkraft der Bevölkerung aus. Erst im Jahresverlauf konnte die Eurozone die bisher längste Rezession in ihrer Geschichte überwinden. Insgesamt bleibt die Erholung dabei verhalten und die Wirtschaft entwickelt sich im Jahr 2013 ein weiteres Jahr rückläufig.

Die insgesamt schwache Nachfrage aus Westeuropa beeinträchtigt auch das Wirtschaftswachstum in anderen Regionen. Osteuropa ist dabei aufgrund der starken Handelsverflechtungen besonders betroffen. Als Folge liegen die Exporte nach und die Direktinvestitionen aus Westeuropa weiter auf niedrigem Niveau. Gleichzeitig dämpfen auch in den osteuropäischen Ländern staatliche Sparmaßnahmen die private Nachfrage. Das Wirtschaftswachstum in der Region bleibt 2013 daher noch hinter dem schwachen Wachstum des Vorjahres zurück.

Die asiatischen Länder können zwar insgesamt weiter hohe Wachstumsraten erzielen. Allerdings schwächt sich das Wirtschaftswachstum vor allem in China und Indien ab. In Indien kam es aufgrund des hohen Leistungsbilanzdefizits zu einer erheblichen Abwertung der Währung. Die meisten anderen asiatischen Länder, in denen die METRO GROUP tätig ist, erleben ebenfalls negative Währungsanpassungen. Trotzdem verzeichnet Asien im Jahr 2013 ein weiteres Mal das höchste Wachstum weltweit.

<sup>1</sup>Die im Kapitel Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen genannten Zahlen zur BIP-Entwicklung beziehen sich jeweils auf die Gesamtjahre 2012 und 2013, da die 9M-Zahlen nicht für alle Länder einheitlich verfügbar sind. Dementsprechend handelt es sich bei den 2013er-Werten um Prognosen. Die qualitativen Aussagen im Text beziehen sich hingegen auf den Berichtszeitraum des Rumpfgeschäftsjahres.

Als Folge der schwachen weltwirtschaftlichen Entwicklung fällt der Anstieg der Verbraucherpreise im Berichtszeitraum geringer aus als im Vorjahr. Dagegen legen die Nahrungsmittelpreise in vielen Ländern trotz der weltwirtschaftlichen Schwächephase erneut zu. Grund dafür ist das weiterhin hohe Preisniveau bei Nahrungsmittelrohstoffen. Teilweise steigen die Nahrungsmittelpreise 2013 sogar noch stärker als im Vorjahr. In der Eurozone beispielsweise beträgt die Preissteigerung bei Lebensmitteln rund 3 Prozent, wohingegen die Verbraucherpreise insgesamt nur um rund 1,5 Prozent zulegen.

In den Schwellenländern, in denen die Nahrungsmittelausgaben einen hohen Anteil am verfügbaren Einkommen ausmachen, führt diese Entwicklung erneut zu erheblichen Belastungen für die Verbraucher.

#### Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts wichtiger Weltregionen und Deutschlands

Veränderungen zum Vorjahr in Prozent

	2012 <sup>1</sup>	2013 <sup>2</sup>
Welt	2,4	2,1
Deutschland	0,7	0,5
Westeuropa (ohne Deutschland)	-0,5	-0,3
Osteuropa	1,7	1,1
Asien	3,9	3,9

Quelle: Feri

<sup>1</sup>Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2012 abweichen, falls bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

<sup>2</sup>Prognose

### Konsumgüterhandel weiterhin belastet

Die schwierige wirtschaftliche Situation und die hohe Arbeitslosigkeit belasten 2013 die Verbraucher und damit auch das Handelsgeschäft. Die Rahmenbedingungen für den Handel haben sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr noch einmal verschlechtert. Grund hierfür ist, dass sich die seit Ende 2011 anhaltend schwache Wirtschaftsentwicklung erst mit Verzögerung auf den Arbeitsmarkt sowie die verfügbaren Einkommen ausgewirkt hat. Gleichzeitig kommt auch die wirtschaftliche Erholung erst mit Verzögerung im Handel an.

#### Deutschland

Auch Deutschland konnte sich 2013 nicht von dem schwachen konjunkturellen Umfeld abgrenzen. Insbesondere im ersten Quartal ging die Wirtschaftsleistung im Vergleich zum

Vorjahreszeitraum zurück. Nach einer Erholung im weiteren Jahresverlauf kann die Wirtschaft immerhin noch um rund 0,5 Prozent (12M 2012: 0,7 Prozent) zulegen. Damit entwickelt sich Deutschland im Vergleich zu den anderen Ländern der Eurozone weiter relativ robust.

Die Arbeitslosigkeit ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum nur geringfügig angestiegen. Die verfügbaren Einkommen entwickeln sich auch aufgrund der vergangenen wachstumsstarken Jahre positiv. Als Folge davon hellt sich auch das Konsumklima wieder auf. Dementsprechend fällt die Handelsentwicklung mit einem nominalen Wachstum von rund 1,5 Prozent insgesamt solide aus. Preisbereinigt stagniert der Handel im Berichtszeitraum allerdings ein weiteres Mal.

### Westeuropa

In vielen Ländern Westeuropas setzte sich die Rezession zu Anfang des Berichtszeitraums weiter fort. Im zweiten Quartal schließlich konnten die Länder der Eurozone nach sechs Quartalen mit rückläufiger Wirtschaftsentwicklung erstmals wieder ein Wachstum erzielen. Insgesamt erholte sich dabei die Wirtschaft im Jahresverlauf.

Die Staatsschuldenkrise ist weiterhin der wesentliche Belastungsfaktor. Insgesamt trifft die Krise alle Länder Westeuropas; die Divergenz zwischen den besonders stark betroffenen Peripherieländern und den robusteren Kernländern besteht jedoch fort. Neben Deutschland verzeichnen auch Österreich, die Schweiz sowie die skandinavischen Länder 2013 ein leichtes Wachstum. Dagegen entwickeln sich neben den Krisenländern Italien, Portugal und Spanien auch die Niederlande rückläufig.

Die negativen Folgen für den Handel haben sich im Berichtszeitraum noch einmal verstärkt. Nach einer Stagnation im Jahr 2012 weisen die nominalen Handelsumsätze weiter eine rückläufige Tendenz auf und liegen im Berichtszeitraum rund 1 Prozent unterhalb des Vorjahresniveaus. Bereinigt um Preissteigerungen fällt das Minus sogar noch größer aus.

Für die Handelsentwicklung der Länder im Einzelnen ergibt sich ein ähnliches Bild wie für die wirtschaftliche Entwicklung: Ein nominales Umsatzwachstum erzielen insbesondere Belgien, Österreich, Schweden und die Schweiz. Die stärksten Rückgänge verzeichnen Spanien, Portugal, Italien und die Niederlande. Bereinigt um Preissteigerungen entwickeln sich nahezu alle westeuropäischen Länder rückläufig.

### Osteuropa

Als Folge der Rezession in Westeuropa fällt auch das Wirtschaftswachstum in Osteuropa nur schwach aus. Einzelnen betrachtet ist die konjunkturelle Entwicklung der Länder Osteuropas sehr unterschiedlich. Das höchste Wachstum verzeichnet voraussichtlich Kasachstan mit über 5 Prozent. Dahinter folgen Moldawien und die Türkei mit rund 4 Prozent. Die türkische Wirtschaft wächst damit wieder etwas stärker als im Jahr zuvor, bleibt aber weiter hinter den Wachstumsraten der Vorjahre zurück. Rumäniens Wirtschaft erzielt ein BIP-Wachstum von 2,0 Prozent, Russland liegt leicht darunter. Dabei schwächt sich Russlands Wirtschaft im Vergleich zum Vorjahr erheblich ab, während die rumänische Wirtschaft sich von der Stagnation des vergangenen Jahres leicht erholen kann. Erneut rückläufig entwickelt sich die Wirtschaftsleistung in Tschechien. Am stärksten fällt der Konjunkturrückgang in Griechenland aus: Bereits zum sechsten Mal in Folge sinkt dort 2013 die Wirtschaftskraft.

Analog zum Wirtschaftsverlauf fiel auch die Handelsdynamik sehr uneinheitlich aus. Ein gutes nominales Einzelhandelswachstum im knapp zweistelligen Bereich können vor allem Russland und die Türkei erzielen. Das Wachstum liegt allerdings unterhalb des Vorjahres und ist zu einem erheblichen Teil inflationsbedingt. Schwach verläuft das Einzelhandelsgeschäft dagegen in Bulgarien und Tschechien. Die Handelsentwicklung in Griechenland ist erneut rückläufig.

### Asien/Afrika

Vor dem Hintergrund der insgesamt schwachen weltwirtschaftlichen Konjunktur weisen die asiatischen Schwellenländer im Berichtszeitraum erneut die höchsten wirtschaftlichen Wachstumsraten auf. Trotz wirtschaftlicher Abschwächung erreicht China mit rund 7,5 Prozent einmal mehr das stärkste Wachstum aller Länder, in denen die METRO GROUP vertreten ist. Ein robustes Wachstum in der Größenordnung von 5,0 Prozent verzeichnet Vietnam. Indiens Wirtschaft verlangsamte sich dagegen mit einem Wachstum unterhalb von 3 Prozent deutlich. Dagegen weist die reife Volkswirtschaft Japans mit knapp 2 Prozent ein vergleichsweise robustes Wachstum auf. Ursache hierfür sind in erster Linie von der Regierung beschlossene Konjunkturmaßnahmen.

Aufgrund der vergleichsweise robusten Wachstumsraten zeigt sich die private Nachfrage ebenfalls verhältnismäßig stabil. Asien erzielt daher auch 2013 die höchsten Einzelhandelszuwächse aller Regionen, in denen die METRO GROUP vertreten ist. Vorreiter ist erneut China mit weiter zweistelligen Wachstumsraten im Handel. Auch Indien und Vietnam können in ähnli-

cher Größenordnung zulegen, allerdings fällt auch die Inflation in beiden Ländern hoch aus, sodass das preisbereinigte Handelsvolumen nur ein geringfügiges Plus aufweist.

**Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts der METRO GROUP Länder**  
Veränderungen zum Vorjahr in Prozent

	2012 <sup>1</sup>	2013 <sup>2</sup>
China	7,8	<b>7,5</b>
Kasachstan	5,1	<b>5,4</b>
Vietnam	5,1	<b>5,0</b>
Moldawien	-0,8	<b>4,1</b>
Türkei	2,2	<b>3,9</b>
Pakistan	4,2	<b>3,7</b>
Indien	3,8	<b>2,7</b>
Serbien	-1,7	<b>2,2</b>
Rumänien	0,4	<b>2,0</b>
Japan	2,0	<b>1,9</b>
Schweiz	1,0	<b>1,8</b>
Russland	3,4	<b>1,6</b>
Ägypten	2,2	<b>1,5</b>
Slowakei	2,0	<b>1,2</b>
Polen	1,9	<b>1,1</b>
Schweden	1,0	<b>0,9</b>
Ukraine	0,2	<b>0,7</b>
Bulgarien	0,8	<b>0,6</b>
Ungarn	-1,7	<b>0,5</b>
Deutschland	0,7	<b>0,5</b>
Österreich	0,6	<b>0,4</b>
Luxemburg	0,3	<b>0,3</b>
Dänemark	-0,4	<b>0,3</b>
Belgien	-0,3	<b>0,2</b>
Frankreich	0,1	<b>0,1</b>
Kroatien	-2,0	<b>-0,2</b>
Niederlande	-1,3	<b>-1,2</b>
Tschechien	-1,0	<b>-1,2</b>
Spanien	-1,6	<b>-1,3</b>
Italien	-2,4	<b>-1,8</b>
Portugal	-3,2	<b>-2,0</b>
Griechenland	-6,4	<b>-3,7</b>

<sup>1</sup> Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2012 abweichen, falls bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

<sup>2</sup> Prognose

## METRO Cash & Carry: Branchenentwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel

Die Vertriebslinie METRO Cash & Carry ist der globale Marktführer im Selbstbedienungsgroßhandel in Bezug auf Umsatz und internationale Präsenz.

Der Umsatz im Selbstbedienungsgroßhandel liegt im Rumpfgeschäftsjahr 2013 in Deutschland unter dem Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraums. Das Cash-and-Carry-Segment entwickelt sich erneut schwächer als der Lebensmitteleinzelhandel, der leichte Erlössteigerungen verzeichnen kann. Preissteigerungen bei Lebensmitteln wirken sich insgesamt positiv auf die Branchenentwicklung aus. METRO Cash & Carry hat auch im Berichtszeitraum die führende Marktposition im Selbstbedienungsgroßhandel in Deutschland inne. Jedoch geht der Marktanteil der Vertriebslinie im Rumpfgeschäftsjahr 2013 weiter zurück.

In Westeuropa verfehlen die Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel im Rumpfgeschäftsjahr 2013 das Niveau des Vorjahresvergleichszeitraums leicht. Dabei setzt sich die uneinheitliche Entwicklung des Cash-and-Carry-Segments in den einzelnen Ländern fort. Die Erlösrückgänge in den Krisenstaaten des Euroraums fallen trotz der weiterhin schwachen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geringer aus als in der Vorperiode. Verglichen mit dem modernen Lebensmitteleinzelhandel zeigt das Cash-and-Carry-Geschäft erneut einen insgesamt schwächeren Verlauf.

Die Umsätze im Cash-and-Carry-Segment sind in Osteuropa im Rumpfgeschäftsjahr 2013 gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum gestiegen. Erneut sorgen in einzelnen Ländern auch positive Preiseffekte für Wachstumsimpulse. Aufgrund der unterschiedlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verläuft die Entwicklung in der Region insgesamt weiter uneinheitlich. Bei guten gesamtwirtschaftlichen Voraussetzungen legen die Erlöse im Selbstbedienungsgroßhandel zum Beispiel in Russland zu. Trotz der innenpolitischen Auseinandersetzungen in der Türkei setzt sich auch dort der Positivtrend fort. METRO Cash & Carry konnte den Marktanteil in der Region im Berichtszeitraum ausbauen.

In Asien setzt sich das Wachstum des Selbstbedienungsgroßhandels mit weiterhin hoher Dynamik fort. Der Umsatz des Cash-and-Carry-Segments steigt auch im Rumpfgeschäftsjahr 2013 stärker als die Umsätze des modernen Lebensmit-

teleinzelhandels. Aufgrund der in vielen Ländern weiterhin geringen Marktkonzentration und des hohen Anteils an kleinen, traditionellen Einzelhändlern bietet die Region ein unverändert großes Wachstumspotenzial und bildet auch weiterhin den Schwerpunkt der strategischen Expansion von METRO Cash & Carry.

## Media-Saturn: Branchenentwicklung im Elektrofachhandel

Die Media-Saturn-Unternehmensgruppe kann ihre führende Stellung im europäischen Elektrofachhandel auch im Rumpfgeschäftsjahr 2013 festigen. Ergänzend zum stationären Geschäft baut die Vertriebslinie die Präsenz im weiterhin wachsenden Vertriebskanal Internet weiter aus.

Der deutsche Elektrofachhandel bewegt sich im Rumpfgeschäftsjahr 2013 etwa auf dem Niveau des Vorjahresvergleichszeitraums. Diese Entwicklung lässt sich unter anderem darauf zurückführen, dass 2013 keine sportlichen Großereignisse stattfanden. In der Folge reduziert sich der wichtige Teilmarkt TV stark. Media-Saturn kann trotz geringerer Werbeaktivitäten im Langzeitvergleich weiter Marktanteile gewinnen und an die positive Bilanz des Vorjahres anknüpfen. Im Vertriebskanal Internet, der etwa ein Fünftel des gesamten deutschen Elektrofachhandels ausmacht, kann die Unternehmensgruppe stärker zulegen als der Online-Markt insgesamt.

In Westeuropa entwickeln sich die Umsätze im Elektrofachhandel im Rumpfgeschäftsjahr 2013 negativ. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresvergleichszeitraum fällt der Umsatzrückgang jedoch geringer aus. Die Krisenländer Spanien und Portugal entwickeln sich weiterhin schwach; der italienische Markt verzeichnet hingegen wieder ein leichtes Wachstum.

In Osteuropa können die Umsätze im Elektrofachhandel im Berichtszeitraum weiter zulegen. Wesentliche Treiber sind erneut Russland und die Türkei. Aber auch der polnische Markt kann trotz einer starken Vorjahresbasis, bedingt durch die Fußball-Europameisterschaft, weiter wachsen. Auch in Ungarn verläuft die Entwicklung auf dem Elektromarkt positiv.

Insgesamt entwickeln sich die Marktanteile von Media-Saturn auch außerhalb Deutschlands überwiegend positiv beziehungsweise bleiben stabil.

## Real: Branchenentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Vertriebslinie Real ist in Deutschland die Nummer zwei im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel. Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel verzeichnet im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ein leichtes Umsatzwachstum. Die Umsätze wachsen bei einem insgesamt starken Anstieg der Lebensmittelpreise schwächer als im Vorjahr. Erneut verzeichnen kleine Verbrauchermärkte und Discounter eine deutlich bessere Entwicklung als der Gesamtmarkt. Die Umsätze der großflächigen Verbrauchermärkte mit einer Verkaufsfläche von mehr als 2.500 Quadratmetern liegen nominal über der Vorjahresentwicklung und damit auf dem Niveau des Gesamtmarkts. Auf bereinigter Fläche verzeichnen die großen Verbrauchermärkte einen leichten Umsatzzuwachs. Real entwickelt sich flächenbereinigt leicht negativ und liegt damit unterhalb des Wettbewerbsniveaus.

Nach dem Verkauf des Osteuropageschäfts ist Real außer in Deutschland lediglich noch in der Türkei sowie mit vier Standorten in Rumänien und einem Standort in Russland vertreten. Der türkische Lebensmittelmarkt entwickelt sich weiter dynamisch, wovon insgesamt auch Real profitierte. Die Übergabe des Geschäfts in Polen wird nach erfolgter Kartellfreigabe im ersten Halbjahr 2013/14 erwartet.

## Galeria Kaufhof: Branchenentwicklung im Warenhausgeschäft

Das Warenhaussegment in Deutschland verzeichnet im Berichtszeitraum erneut eine rückläufige Umsatzentwicklung. Dies gilt auch für die Umsätze mit Textilien und Bekleidung, dem Sortimentsschwerpunkt der Warenhäuser. Der Rückgang fällt jedoch im Vergleich zum gesamten Warenhaussegment geringer aus. Die gegenläufige Marktentwicklung bei den unterschiedlichen Einkaufskanälen setzt sich weiter fort: Während die Umsätze im Versandhandel insbesondere durch die enthaltenen Online-Erlöse bei Textilien und Bekleidung erneut deutlich zulegen, gehen die Erlöse im stationären Einzelhandel weiter zurück. Entgegen diesem Trend kann Galeria Kaufhof den Umsatz mit Textilien und Bekleidung steigern und damit weitere Marktanteile in diesem Segment gewinnen. Auch über das gesamte Sortiment hinweg erzielt Galeria Kaufhof auf vergleichbarer Fläche ein Wachstum.

In Belgien ist das Marktumfeld weiterhin krisenbedingt schwierig, worunter auch der Umsatz von Galeria Inno gelitten hat.

## Immobilien: Branchenentwicklung im Immobiliengeschäft

Die gestiegene Volatilität an den Kapitalmärkten hat dazu beigetragen, dass Gewerbeimmobilien als Asset-Klasse global an Attraktivität gewonnen haben. Das Transaktionsvolumen zog daher in den ersten neun Monaten 2013 weltweit weiter an. Fast alle wichtigen Märkte konnten im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum teilweise deutliche Zuwächse verbuchen. Obwohl Core-Immobilien weiterhin im Fokus standen, werden Anleger risikoreicher und nehmen verstärkt auch Objekte abseits des Top-Segments ins Visier. Entsprechend wird die Nachfrage immer vielfältiger. METRO PROPERTIES konnte die günstigen Rahmenbedingungen nutzen und in saturierten wie in aufstrebenden Märkten erfolgreich Immobilien verkaufen. Neben der Portfoliotransaktion mit dem Verkauf der zweiten Tranche von OPCI in Frankreich konnten auch Einzelimmobilien wie zum Beispiel das Shopping-Center Ümraniye in Istanbul veräußert werden.

Die europäischen Immobilienmärkte entwickelten sich von Januar bis September des laufenden Jahres grundsätzlich positiv und zeigten dabei quartalsweise eine stetige Verbesserung. Anleger bewerteten die etablierten und saturierten Märkte wie Deutschland, Frankreich oder Großbritannien weiterhin als sichere Investitionshäfen. Zudem haben sich die von der Krise besonders stark getroffenen südeuropäischen Märkte weitgehend erholt. Bis September 2013 wurden europaweit rund 95 Mrd. € mit Gewerbeimmobilien umgesetzt. Die Renditen bei gewerblichen Immobilien blieben im Jahresverlauf zumeist stabil beziehungsweise bewegten sich in einzelnen Märkten leicht nach unten.

Der deutsche Investmentmarkt für gewerbliche Immobilien genießt dank der großen Stabilität im Hinblick auf Immobilienwerte und das wirtschaftliche Umfeld bei Investoren nach wie vor höchstes Vertrauen. Dies äußerte sich in einer Steigerung des Transaktionsvolumens in den ersten drei Quartalen 2013 um rund 30 Prozent im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum. Immobilieninvestoren verfolgen nach wie vor eine eher risikoaverse Anlagestrategie. Infolge der hohen Nachfrage nach Core-Produkten verharren die Spitzenrenditen in allen Asset-Klassen weiterhin stabil auf niedrigem Niveau beziehungsweise haben sich sogar leicht nach unten bewegt. Durch den Nachfrageüberhang ist eine beginnende zunehmende höhere Risikobereitschaft festzustellen. Von diesem positiven Umfeld konnte METRO PROPERTIES unter anderem durch die erfolgreichen Verkäufe zweier revitalisierter Fachmarktzentren in Dortmund und Mannheim oder der Adler-Zentrale in Haibach profitieren.

Die Immobilienmärkte in Asien sowie im pazifischen Raum gewannen in den ersten neun Monaten 2013 deutlich an Schwung, sodass ein Anstieg des gewerblichen Transaktionsvolumens um fast 55 Prozent gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum verbucht wurde. Mit insgesamt rund 111 Mrd. € konnte sogar der höchste jemals in den ersten drei Quartalen gemessene Transaktionsumsatz verzeichnet sowie bereits das Investitionsvolumen des ganzen Jahres 2012 erreicht werden. Das Wachstum war vor allem durch die großen Investmentmärkte wie Japan und China getrieben. Die Renditen im Spitzensegment für Gewerbeimmobilien blieben in der Region weitestgehend stabil.

## 4. Ertragslage

### Geschäftsverlauf des Konzerns im Überblick

Die METRO GROUP hat auch im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ihren Umsatz gesteigert. In einem nach wie vor herausfordernden Umfeld wuchs der Konzernumsatz um 0,9 Prozent auf 45,0 Mrd. € (bereinigt um Portfolioveränderungen und Wechselkurseffekte). Zu den Portfolioänderungen zählten der Verkauf des Großhandelsgeschäfts von MAKRO Cash & Carry im Vereinigten Königreich, die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa sowie der Rückzug von Media Markt aus China. Alle Transaktionen wurden im Jahr 2012 eingeleitet.

Das Konzern-EBIT vor Sonderfaktoren stieg im Rumpfgeschäftsjahr 2013 um 22 Mio. € auf 728 Mio. €.

### Vergleich der im Vorjahr berichteten Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung

#### Umsatz

Für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 haben wir ein moderates Umsatzwachstum für die METRO GROUP (bereinigt um Portfolioeffekte) erwartet. Mit einem Anstieg von 0,9 Prozent haben wir dieses Ziel erreicht.

Für METRO Cash & Carry haben wir, bereinigt um das Großhandelsgeschäft im Vereinigten Königreich, ein geringes Umsatzwachstum prognostiziert. Tatsächlich sank der Umsatz geringfügig um 0,2 Prozent.

Media-Saturn sollte, adjustiert um Media Markt in China, ein leichtes Umsatzwachstum aufweisen. Tatsächlich stieg der entsprechende Umsatz um erfreuliche 1,1 Prozent.

Bei Real (adjustiert um Real Osteuropa ohne Türkei) hatten wir ein moderates Umsatzwachstum geplant. Hier ist der Umsatz um 1,5 Prozent zurückgegangen.

Für Galeria Kaufhof haben wir trotz vier Standortschließungen einen Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres erwartet. Mit einem Rückgang um 0,5 Prozent wurde das Vorjahr fast erreicht.

#### EBIT

Beim EBIT vor Sonderfaktoren haben wir für die METRO GROUP einen Wert oberhalb des Werts des Vorjahreszeitraums (9M 2012: 706 Mio. € – retrospektiv angepasst) prognostiziert. Mit einem EBIT vor Sonderfaktoren von 728 Mio. € haben wir dieses Ziel leicht übertroffen.

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 lag der Konzernumsatz mit 46,3 Mrd. € um 2,2 Prozent unterhalb des Werts des Vorjahresvergleichszeitraums (9M 2012: 47,4 Mrd. €). In lokaler Währung ging der Umsatz um 1,3 Prozent zurück. Dies ist auf das in weiten Teilen Europas nach wie vor schwierige wirtschaftliche Umfeld, die bereits beschriebenen Portfoliomaßnahmen sowie negative Wechselkurseffekte zurückzuführen. Bereinigt um die Abgabe von MAKRO Cash & Carry im Vereinigten Königreich, die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa sowie den Rückzug von Media Markt aus China lag der Umsatz 0,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahresvergleichszeitraums.

#### Umsatzentwicklung im Konzern

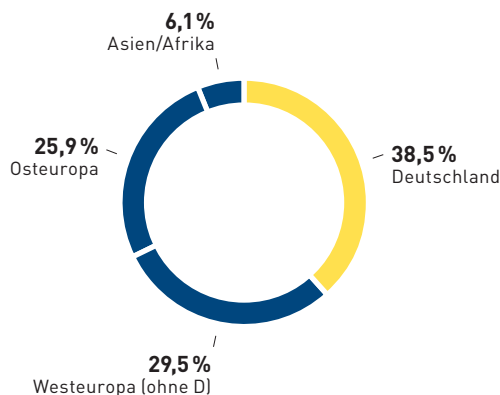
nach Vertriebslinien und nach Regionen

	12M 2012 Mio. €	9M 2012 Mio. €	9M 2013 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %		
				Wechsel- kurs- effekte in in €	Prozent- punkten	in lokaler Währung
METRO Cash & Carry	31.636	23.029	<b>22.559</b>	-2,0	-1,5	-0,5
Media-Saturn	20.970	14.322	<b>14.405</b>	0,6	-0,4	1,0
Real	11.017	7.912	<b>7.261</b>	-8,2	-0,3	-7,9
Galeria Kaufhof	3.092	2.096	<b>2.086</b>	-0,5	0,0	-0,5
Sonstige	24	21	<b>10</b>	-50,3	0,0	-50,3
<b>METRO GROUP</b>	<b>66.739</b>	<b>47.380</b>	<b>46.321</b>	<b>-2,2</b>	<b>-0,9</b>	<b>-1,3</b>
davon Deutschland	25.630	17.847	<b>17.840</b>	0,0	0,0	0,0
davon international	41.108	29.533	<b>28.481</b>	-3,6	-1,5	-2,1
Westeuropa (ohne Deutschland)	19.808	14.281	<b>13.664</b>	-4,3	-0,1	-4,2
Osteuropa	17.752	12.584	<b>12.011</b>	-4,5	-2,3	-2,2
Asien/Afrika	3.548	2.669	<b>2.805</b>	5,1	-4,6	9,7

In Deutschland blieb der Umsatz stabil bei 17,8 Mrd. €. Im internationalen Geschäft hingegen ging der Umsatz um 3,6 Prozent zurück, in lokaler Währung um 2,1 Prozent. Damit



Konzernumsatz METRO GROUP 9M 2013  
 nach Regionen



reduzierte sich der internationale Umsatzanteil leicht von 62,3 Prozent auf 61,5 Prozent. In Westeuropa verringerte sich der Umsatz um 4,3 Prozent auf 13,7 Mrd. € (in lokaler Währung: -4,2 Prozent). Hierfür war neben der schwierigen wirtschaftlichen Lage in Südeuropa vor allem die Abgabe von MAKRO Cash & Carry im Vereinigten Königreich verantwortlich. Portfoliobereinigt ging der Umsatz in Westeuropa lediglich um 1,4 Prozent zurück. Der Umsatz in Osteuropa verringerte sich um 4,5 Prozent auf 12,0 Mrd. € (in lokaler Währung: -2,2 Prozent), insbesondere aufgrund der Veräußerung der Real SB-Warenhäuser. Die Wachstumsdynamik in der Region Asien/Afrika setzte sich weiter fort: Hier stieg der Umsatz deutlich um 5,1 Prozent, in lokaler Währung sogar um 9,7 Prozent.

Das EBIT der METRO GROUP lag im Rumpfgeschäftsjahr 2013 mit 703 Mio. € um 294 Mio. € über dem Wert des Vorjahresvergleichszeitraums. Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 25 Mio. € (9M 2012: 297 Mio. €). Diese Sonderfaktoren beinhalten positive Effekte aus dem Verkauf des Real-Geschäfts in Osteuropa. Dagegen liefen vor allem Belastungen aus der Insolvenz der Praktiker AG nebst Tochtergesellschaften sowie Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen und Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte. Ferner enthalten die Sonderfaktoren Aufwendungen aus der Neuausrichtung und der Straffung des Nicht-Lebensmittel-Sortiments bei METRO Cash & Carry.

Als Sonderfaktoren werden Geschäftsvorfälle klassifiziert, die nicht wiederkehrend sind, darunter zum Beispiel Restrukturierungen oder Änderungen im Konzernportfolio. Eine Darstellung vor Sonderfaktoren spiegelt die operative Entwicklung

besser wider und erhöht somit die Aussagekraft der Ergebnisbetrachtung.

———— Eine Übersicht mit der Überleitung der Sonderfaktoren befindet sich auf den Seiten 106 und 107.

Entwicklung des Konzern-EBITDA/-EBIT und des EBITDA/EBIT der Vertriebslinien

Mio. €	EBITDA <sup>1</sup>		9M 2013	EBIT <sup>1</sup>		9M 2013
	12M 2012	9M 2012		12M 2012	9M 2012	
METRO						
Cash & Carry <sup>2</sup>	1.202	641	634	951	459	442
Media-Saturn	625	204	167	326	-6	-33
Real	276	134	82	102	-4	-1
Galeria Kaufhof	240	55	62	136	-24	-16
Immobilien	1.035	686	702	652	411	455
Sonstige	-57	-41	-24	-168	-124	-105
Konsolidierung	-25	-9	-20	-20	-5	-15
<b>METRO GROUP<sup>2</sup></b>	<b>3.296</b>	<b>1.669</b>	<b>1.603</b>	<b>1.979</b>	<b>706</b>	<b>728</b>

<sup>1</sup>Vor Sonderfaktoren

<sup>2</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Vor Sonderfaktoren stieg das EBIT der METRO GROUP im Rumpfgeschäftsjahr 2013 von 706 Mio. € auf 728 Mio. € – trotz herausfordernder Marktbedingungen und daraus resultierender Preisinvestitionen.

## Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Vertriebslinien

### METRO Cash & Carry

Der Umsatz von METRO Cash & Carry ging im Rumpfgeschäftsjahr 2013 um 2,0 Prozent (in lokaler Währung: -0,5 Prozent) auf 22,6 Mrd. € zurück. Auf vergleichbarer Fläche verminderte er sich um 0,5 Prozent. Die Umsatzentwicklung war spürbar durch den Marktaustritt aus dem Vereinigten Königreich beeinträchtigt; bereinigt um diese Änderung im Portfolio ging der Umsatz lediglich um 0,2 Prozent zurück. Der Umsatzanstieg mit Kunden aus dem Bereich Hotels, Restaurants, Caterer (Horeca) wurde durch Umsatzrückgänge bei SCO-Kunden (Services, Companies, Offices) überkompensiert. Das Belieferungsgeschäft entwickelte sich weiterhin dynamisch und wuchs deutlich um fast 20 Prozent auf 2,0 Mrd. € (9M 2012: 1,6 Mrd. €). Der Umsatzanteil der Eigenmarken legte ebenfalls zu und belief sich auf 17,0 Prozent vom Umsatz (9M 2012: 16,9 Prozent).

**Kennzahlen METRO Cash & Carry 2013**

im Vorjahresvergleich

	12M 2012 Mio. €	9M 2012 Mio. €	9M 2013 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				Wechsel- kurs- effekte in in €	Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
<b>Umsatz</b>	31.636	23.029	<b>22.559</b>	-2,0	-1,5	-0,5	-0,5
Deutschland	4.955	3.563	<b>3.444</b>	-3,3	0,0	-3,3	-3,4
Westeuropa (ohne Deutschland)	11.153	8.235	<b>7.750</b>	-5,9	-0,2	-5,7	-1,6
Osteuropa	12.120	8.670	<b>8.587</b>	-1,0	-2,6	1,6	-0,2
Asien/Afrika	3.407	2.562	<b>2.778</b>	8,5	-4,8	13,3	5,7
EBITDA <sup>1</sup>	1.202 <sup>2</sup>	641 <sup>2</sup>	<b>634<sup>2</sup></b>	-1,2	-	-	-
EBIT <sup>1</sup>	951 <sup>2</sup>	459 <sup>2</sup>	<b>442<sup>2</sup></b>	-3,7	-	-	-
EBIT-Marge (%)	3,0 <sup>2</sup>	2,0 <sup>2</sup>	<b>2,0<sup>2</sup></b>	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	743	722	<b>752</b>	4,2	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m <sup>2</sup> )	5.484	5.369	<b>5.554</b>	3,4	-	-	-

<sup>1</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>2</sup> Vor Sonderfaktoren

Positiv ist die deutliche Verbesserung im Umsatztrend, die wir im dritten Quartal in den meisten Ländern verzeichnen konnten.

In Deutschland ging der Umsatz im Berichtszeitraum um 3,3 Prozent auf 3,4 Mrd. € zurück. Dies ist im Wesentlichen auf das schwierige Geschäft mit Nicht-Lebensmitteln zurückzuführen. Flächenbereinigt sank der Umsatz um 3,4 Prozent.

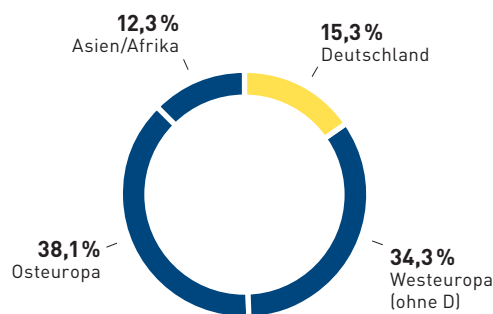
In Westeuropa (ohne Deutschland) war die Umsatzentwicklung vor allem durch den Verkauf des Großhandelsgeschäfts von MAKRO Cash & Carry im Vereinigten Königreich beeinträchtigt. Auch das schwierige wirtschaftliche Umfeld in Südeuropa belastete vor allem das Geschäft mit Nicht-Lebensmitteln. Der Umsatz verringerte sich um 5,9 Prozent auf 7,8 Mrd. € (in lokaler Währung: -5,7 Prozent). Bereinigt um den Verkauf von MAKRO Cash & Carry im Vereinigten Königreich ging der Umsatz lediglich um 0,8 Prozent zurück. Flächenbereinigt sank der Umsatz um 1,6 Prozent.

In Osteuropa verminderte sich der Umsatz leicht um 1,0 Prozent auf 8,6 Mrd. €, während er in lokaler Währung um 1,6 Prozent zulegen konnte. Sehr erfreulich waren dabei vor allem die Entwicklungen in Russland und der Türkei sowie die Trendverbesserung in Polen. Flächenbereinigt ging der Umsatz in der Region leicht um 0,2 Prozent zurück.

Der Umsatz in der Region Asien/Afrika wuchs weiterhin dynamisch um 8,5 Prozent auf 2,8 Mrd. € (in lokaler Währung: +13,3 Prozent). Insbesondere China und Indien zeigten eine sehr gute Entwicklung. Flächenbereinigt betrug das Wachstum deutliche 5,7 Prozent.

Der Anteil des internationalen Geschäfts am Gesamtumsatz von METRO Cash & Carry nahm leicht von 84,5 Prozent auf 84,7 Prozent zu.

**Umsatz METRO Cash & Carry 9M 2013**  
nach Regionen



Das EBIT von METRO Cash & Carry stieg um 80 Mio. € auf 339 Mio. €. Aufwendungen aus der Neuausrichtung und der Straffung des Nicht-Lebensmittel-Sortiments, Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Restrukturierungsaufwendungen belasteten das Ergebnis. Vor Sonderfaktoren sank das EBIT nur leicht um 3,7 Prozent auf 442 Mio. €. Der umsatzbedingte Ergebnismrückgang sowie die weiteren Preisinvestitionen für das Geschäft mit Lebensmitteln konnten zum Großteil durch Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen sowie den Wegfall des Verlusts aus dem Geschäft im Vereinigten Königreich kompensiert werden. Mit der Stabilisierung der EBIT-Marge vor Sonderfaktoren in Höhe von 2,0 Prozent hat METRO Cash & Carry die Profitabilität in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld bestätigt.

Zum 30. September 2013 war METRO Cash & Carry in 29 Ländern an 752 Standorten vertreten, davon mit 107 Märkten in Deutschland, 236 in Westeuropa (ohne Deutschland), 286 in Osteuropa sowie 123 in Asien/Afrika.

### Media-Saturn

Media-Saturn hat im Rumpfgeschäftsjahr 2013 die Marktführerschaft in Europa weiter ausgebaut. Insgesamt konnten zusätzliche Marktanteile in 9 von 15 Ländern gewonnen werden. Vor diesem Hintergrund stieg der Umsatz trotz der weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen um 0,6 Prozent auf 14,4 Mrd. € (in lokaler Währung: +1,0 Prozent). Bereinigt um den Rückzug aus China legte der Umsatz sogar um 1,1 Prozent zu. Flächenbereinigt ging der Umsatz hingegen um 2,1 Prozent zurück. Der Online-Umsatz wuchs rasant um 75,0 Prozent auf 0,8 Mrd. € und erreichte einen Anteil von 5,9 Prozent am Gesamtumsatz von Media-Saturn.

#### Kennzahlen Media-Saturn 2013 im Vorjahresvergleich

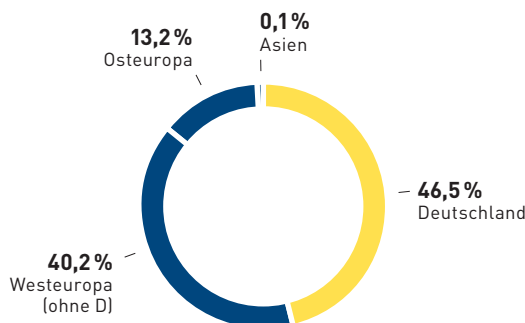
	12M 2012 Mio. €	9M 2012 Mio. €	9M 2013 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				in €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	20.970	14.322	<b>14.405</b>	0,6	-0,4	1,0	-2,1
Deutschland	9.635	6.488	<b>6.692</b>	3,1	0,0	3,1	1,6
Westeuropa (ohne Deutschland)	8.471	5.914	<b>5.784</b>	-2,2	-0,1	-2,1	-5,9
Osteuropa	2.731	1.820	<b>1.908</b>	4,8	-3,1	7,9	-2,9
Asien/Afrika	132	100	<b>21</b>	-78,5	0,0	-78,5	-
EBITDA	625 <sup>1</sup>	204 <sup>1</sup>	<b>167<sup>1</sup></b>	-18,1	-	-	-
EBIT	326 <sup>1</sup>	-6 <sup>1</sup>	<b>-33<sup>1</sup></b>	-	-	-	-
EBIT-Marge [%]	1,6 <sup>1</sup>	0,0 <sup>1</sup>	<b>-0,2<sup>1</sup></b>	-	-	-	-
Standorte [Anzahl]	942	908	<b>948</b>	4,4	-	-	-
Verkaufsfläche [1.000 m <sup>2</sup> ]	3.035	2.940	<b>3.022</b>	2,8	-	-	-

<sup>1</sup>Vor Sonderfaktoren

In Deutschland entwickelte sich der Umsatz im Rumpfgeschäftsjahr 2013 weiterhin überaus positiv und wuchs um 3,1 Prozent auf 6,7 Mrd. €. Flächenbereinigt legte er um 1,6 Prozent zu, obwohl sportliche Großereignisse wie die Olympischen Spiele oder internationale Fußballturniere fehlten. Media-Saturn hat bei beiden Vertriebsmarken weitere Marktanteile hinzugewonnen. Sowohl das „Online only“ als

auch das Mehrkanalangebot verzeichnen weiterhin eine sehr starke Kundennachfrage. Das Mehrkanalproduktangebot im Internet haben wir weiter erhöht, es umfasste Ende September 2013 mehr als 20.000 Artikel bei Mediamarkt.de und Saturn.de. Die Abholrate lag mit mehr als 40 Prozent weiterhin auf einem hohen Niveau.

Umsatz Media-Saturn 9M 2013  
nach Regionen



Der Umsatz in Westeuropa (ohne Deutschland) sank um 2,2 Prozent auf 5,8 Mrd. € (in lokaler Währung: -2,1 Prozent). Flächenbereinigt lag der Umsatz 5,9 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresvergleichszeitraums. Ursachen hierfür waren insbesondere die schwache Umsatzentwicklung in den von der Wirtschaftskrise besonders betroffenen Ländern in Südeuropa, in den Niederlanden sowie in Schweden. In den Niederlanden und in Spanien wirkten zudem noch die Mehrwertsteuererhöhungen nach.

In Osteuropa stieg der Umsatz deutlich um 4,8 Prozent (in lokaler Währung: +7,9 Prozent) auf 1,9 Mrd. €. Flächenbereinigt ging der Umsatz um 2,9 Prozent zurück. Während Russland sich schwächer entwickelte, zeigte Polen eine sehr positive Entwicklung.

Der internationale Umsatzanteil von Media-Saturn verringerte sich von 54,7 Prozent auf 53,5 Prozent.

Das EBIT von Media-Saturn betrug -54 Mio. € (9M 2012: -3 Mio. €). Sonderfaktoren fielen insbesondere im Zusammenhang mit Restrukturierungen in Schweden und der Türkei, der Umwandlung von Saturn-Standorten in Media Markt Standorte in einigen Ländern sowie als positive Effekte aus zuvor gebildeter Risikovorsorge für den Marktaustritt aus China an. Vor Sonderfaktoren veränderte sich

das EBIT von –6 Mio. € auf –33 Mio. €. Hier machten sich Preisinvestitionen sowie ein Rückgang des Umsatzanteils brauner Ware zugunsten eines höheren Umsatzanteils neuer Medien bemerkbar. Zudem führte die rückläufige Umsatzentwicklung in einigen Ländern West- und Osteuropas zu niedrigeren Ergebnissen. Positiv wirkten sich dagegen effizientere Kostenstrukturen aus. Der Vorjahresvergleichszeitraum war noch durch operative Verluste aus den zwischenzeitlich beendeten Geschäftsaktivitäten in China belastet.

Ende September 2013 umfasste das Standortnetz von Media-Saturn 948 Elektrofachmärkte in 15 Ländern, davon 405 in Deutschland, 362 in Westeuropa (ohne Deutschland) sowie 181 Standorte in Osteuropa.

### Real

Die Veräußerung der Aktivitäten in Russland, Rumänien und der Ukraine haben den Umsatz von Real im Rumpfgeschäftsjahr 2013 stark beeinflusst. Er ging deutlich um 8,2 Prozent auf 7,3 Mrd. € (in lokaler Währung: –7,9 Prozent) zurück. Auf vergleichbarer Fläche reduzierte sich der Umsatz dagegen nur um 2,1 Prozent.

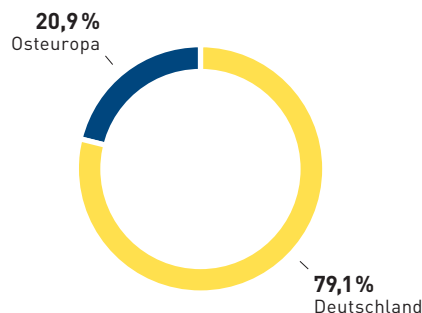
### Kennzahlen Real 2013

im Vorjahresvergleich

	12M 2012 Mio. €	9M 2012 Mio. €	9M 2013 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				Wechsel- kurs- effekte in in €	Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	11.017	7.912	<b>7.261</b>	-8,2	-0,3	-7,9	-2,1
Deutschland	8.117	5.818	<b>5.744</b>	-1,3	0,0	-1,3	-0,5
Osteuropa	2.900	2.094	<b>1.517</b>	-27,6	-1,0	-26,6	-10,6
EBITDA	276 <sup>1</sup>	134 <sup>1</sup>	<b>82<sup>1</sup></b>	-38,9	-	-	-
EBIT	102 <sup>1</sup>	-4 <sup>1</sup>	<b>-1<sup>1</sup></b>	87,6	-	-	-
EBIT-Marge (%)	0,9 <sup>1</sup>	-0,1 <sup>1</sup>	<b>0,0<sup>1</sup></b>	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	421	420	<b>384</b>	-8,6	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m <sup>2</sup> )	3.043	3.036	<b>2.758</b>	-9,2	-	-	-

<sup>1</sup>Vor Sonderfaktoren

Umsatz Real 9M 2013  
nach Regionen



In Deutschland verringerte sich der Umsatz um 1,3 Prozent auf 5,7 Mrd. €. Flächenbereinigt betrug der Rückgang 0,5 Prozent. Der Umsatzanteil der Eigenmarkenprodukte entwickelte sich erfreulich und stieg von 16,0 Prozent auf 16,4 Prozent.

In Osteuropa sank der Umsatz im Rumpfgeschäftsjahr 2013 um 27,6 Prozent auf 1,5 Mrd. € (in lokaler Währung: –26,6 Prozent). Dieser Rückgang ist vor allem auf den Verkauf des Real-Geschäfts in Russland, Rumänien und der Ukraine zurückzuführen. Der flächenbereinigte Umsatz ging um 10,6 Prozent zurück und wurde vor allem durch die anhaltende Kaufzurückhaltung in Polen bedingt.

Der internationale Umsatzanteil von Real entwickelte sich dementsprechend rückläufig und sank von 26,5 Prozent auf 20,9 Prozent.

Das EBIT erhöhte sich deutlich von 0 Mio. € auf 118 Mio. €. Darin sind positive Sonderfaktoren in Höhe von 119 Mio. € enthalten (9M 2012: 4 Mio. €), die vor allem aus dem Verkauf des Real-Geschäfts in Osteuropa resultierten. Vor Sonderfaktoren verbesserte sich das EBIT von –4 Mio. € auf –1 Mio. €. In Deutschland stieg das EBIT vor Sonderfaktoren um 8 Mio. € auf –9 Mio. €. Dabei wurden gestiegene Energie- und Personalkosten durch Kostensenkungen in den übrigen standortbezogenen Vertriebskosten überkompensiert.

Ende September 2013 umfasste das Standortnetz von Real 384 SB-Warenhäuser in 5 Ländern, davon 310 in Deutschland und 74 in Osteuropa.

**Galeria Kaufhof**

Aufgrund von vier Standortschließungen im Vorjahr sank der Umsatz von Galeria Kaufhof im Rumpfgeschäftsjahr 2013 leicht um 0,5 Prozent auf 2,1 Mrd. €. Flächenbereinigt stieg der Umsatz dagegen um 0,9 Prozent.

In Deutschland erzielte Galeria Kaufhof im Rumpfgeschäftsjahr 2013 einen Umsatz von 2,0 Mrd. €, das sind schließungsbedingt 0,5 Prozent weniger als im Vorjahresvergleichszeitraum. Flächenbereinigt wuchs der Umsatz jedoch um 1,0 Prozent. Eine überaus positive Entwicklung im Berichtszeitraum zeigte das Textilsortiment, insbesondere bei den Konfektionen und Accessoires. Dadurch konnte Galeria Kaufhof gegenüber dem gesamten Textilmarkt deutlich Marktanteile gewinnen, vornehmlich bei der Damen- und Kinderkonfektion. Darüber hinaus hat Galeria Kaufhof den Online-Umsatz auf 24 Mio. € mehr als verdoppelt.

**Kennzahlen Galeria Kaufhof 2013**  
 im Vorjahresvergleich

	12M 2012 Mio. €	9M 2012 Mio. €	9M 2013 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				in €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	3.092	2.096	<b>2.086</b>	-0,5	0,0	-0,5	0,9
Deutschland	2.908	1.964	<b>1.955</b>	-0,5	0,0	-0,5	1,0
Westeuropa (ohne Deutschland)	184	132	<b>131</b>	-0,6	0,0	-0,6	-0,6
EBITDA	240	55	<b>62<sup>1</sup></b>	13,9	-	-	-
EBIT	136	-24	<b>-16<sup>1</sup></b>	34,1	-	-	-
EBIT-Marge (%)	4,4	-1,2	<b>-0,8<sup>1</sup></b>	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	137	137	<b>137</b>	0,0	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m <sup>2</sup> )	1.441	1.440	<b>1.439</b>	-0,1	-	-	-

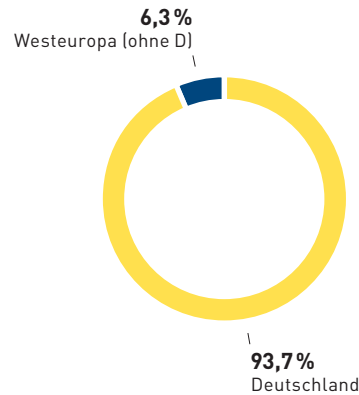
<sup>1</sup>Vor Sonderfaktoren

In Westeuropa (ohne Deutschland) ging der Umsatz um 0,6 Prozent auf 0,1 Mrd. € zurück. Flächenbereinigt betrug das Minus ebenfalls 0,6 Prozent.

Das EBIT verringerte sich auf -32 Mio. € (9M 2012: -24 Mio. €). Hier machten sich weitere Maßnahmen zur Optimierung des Standortnetzes bemerkbar. Vor Sonderfaktoren verbesserte sich das EBIT aber um 8 Mio. € auf -16 Mio. €. Dies ist vor allem auf Kostenoptimierungen zurückzuführen.

Ende September 2013 verfügte Galeria Kaufhof über 137 Standorte, davon 122 in Deutschland und 15 in Belgien.

Umsatz Galeria Kaufhof 9M 2013  
 nach Regionen

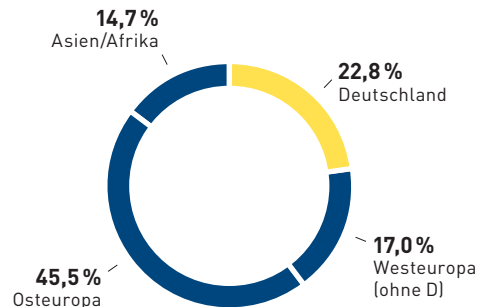


**Immobilien**

Das Segment Immobilien umfasst alle Immobilien der METRO GROUP sowie immobiliennahe Dienstleistungen und trägt zur Wertsteigerung unseres Unternehmens bei.

Zum 30. September 2013 befanden sich 565 Standorte im Eigentum der METRO GROUP (31. Dezember 2012: 620).

Eigentumsstandorte (565 Standorte)  
 nach Regionen



Das EBIT des Segments Immobilien stieg im Rumpfgeschäftsjahr 2013 von 368 Mio. € auf 447 Mio. €. Der Zuwachs ist auf höhere Erträge aus Portfoliotransaktionen, insbesondere aus der Veräußerung der restlichen französischen METRO Cash & Carry Standorte, zurückzuführen. Diesen Veräußerungserträgen stehen geringere Mieterträge aufgrund von

Desinvestitionen und höhere Wertminderungen auf Immobilien gegenüber. Darin enthalten sind positive Sonderfaktoren aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa sowie negative Sonderfaktoren aus der Insolvenz von Praktiker und Wertminderungen im Zusammenhang mit Portfoliobereinigungen. Das EBIT vor Sonderfaktoren stieg um 44 Mio. € auf 455 Mio. €.

### Sonstige

Das Segment Sonstige enthält außer der METRO AG als Management-Holding der METRO GROUP unter anderem die Einkaufsorganisation in Hongkong, die auch für fremde Dritte tätig ist, sowie Logistikdienstleistungen. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ging der Umsatz des Segments Sonstige auf 10 Mio. € (9M 2012: 21 Mio. €) zurück. Der Umsatz resultierte im Wesentlichen aus Provisionen für das Geschäft mit Dritten über die Einkaufsorganisation in Hongkong sowie aus der Logistik.

Das EBIT erreichte im Berichtszeitraum –104 Mio. € (9M 2012: –184 Mio. €). Darin enthalten sind als Sonderfaktoren Aufwendungen für die Geschäftsjahresumstellung sowie die Risikoversorge im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Insolvenz der Praktiker AG nebst Tochtergesellschaften. Gegenläufig wirkte sich die Auflösung von Rückstellungen aus Restrukturierungen und dem Spruchstellenverfahren aus. Das EBIT vor Sonderfaktoren verbesserte sich deutlich von –124 Mio. € auf –105 Mio. €. Dies ist vor allem auf verbesserte Kostenstrukturen zurückzuführen.

## Finanzergebnis und Steuern

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
<b>Betriebliches Ergebnis EBIT<sup>1</sup></b>	<b>1.395</b>	<b>409</b>	<b>703</b>
Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen <sup>2</sup>	2	2	6
Sonstiges Beteiligungsergebnis	15	3	7
Zinsertrag/-aufwand (Zinsergebnis) <sup>1</sup>	-547	-394	-365
Übriges Finanzergebnis	-36	-50	-162
<b>Finanzergebnis<sup>1</sup></b>	<b>-566</b>	<b>-439</b>	<b>-514</b>
<b>Ergebnis vor Steuern EBT<sup>1</sup></b>	<b>829</b>	<b>-30</b>	<b>189</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag <sup>1</sup>	-714	16	-260
<b>Periodenergebnis<sup>1</sup></b>	<b>115</b>	<b>-14</b>	<b>-71</b>

<sup>1</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>2</sup> Geänderte Bezeichnung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

### Finanzergebnis

Das Finanzergebnis setzt sich im Wesentlichen aus dem Zinsergebnis von –365 Mio. € (9M 2012: –394 Mio. €) und dem übrigen Finanzergebnis von –162 Mio. € (9M 2012: –50 Mio. €) zusammen. Das Zinsergebnis verbesserte sich hauptsächlich durch geringere Zinsaufwendungen. Die Veränderung des übrigen Finanzergebnisses um –112 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus der Abnahme des Gesamtergebnisses aus Wechselkurseffekten sowie Bewertungsergebnissen von Sicherungsgeschäften und Sicherungszusammenhängen. Dies ist überwiegend eine Folge der Entwicklung einiger osteuropäischer Währungen und der damit verbundenen Wechselkurseffekte und Sicherungsgeschäfte. Ferner wirkten sich Währungseffekte in Höhe von 66 Mio. € aus, die aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen entstanden sind und aufgrund des Abgangs des Tochterunternehmens erfolgswirksam aufgelöst und als Sonderfaktor im Finanzergebnis gezeigt werden.

———— Weitere Angaben zum Finanzergebnis sind im Konzernanhang unter den Nummern 6 bis 9 „Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen“, „Sonstiges Beteiligungsergebnis“, „Zinsertrag/Zinsaufwand“ und „Übriges Finanzergebnis“ enthalten.

### Steuern

Der deutliche Rückgang an gezahlten beziehungsweise geschuldeten Steuern gegenüber dem Geschäftsjahr 2012 resultiert im Wesentlichen aus dem – aufgrund des fehlenden Weihnachtsgeschäfts – niedrigen Vorsteuerergebnis im Rumpfgeschäftsjahr 2013. Davon entfällt der überwiegende Teil auf das Cash-and-Carry-Geschäft im Ausland. In Deutschland ist der Rückgang an Ertragsteueraufwendungen auf die Vertriebslinie Media-Saturn zurückzuführen. Eine Vergleichbarkeit des Steueraufwands im Rumpfgeschäftsjahr 2013 zum ausgewiesenen Steueraufwand im Vorjahresvergleichszeitraum ist nicht gegeben. Ursache hierfür ist, dass die Steuer zu den unterjährigen Quartalen nach den Vorschriften der Zwischenberichterstattung – IAS 34 (Zwischenberichterstattung) – mithilfe des sogenannten integralen Ansatzes ermittelt wird. Diesem Ansatz zufolge entspricht der ausgewiesene Steueraufwand der prognostizierten Jahressteuerquote und umfasst einen zwölfmonatigen Berichtszeitraum. Das Steuerergebnis im Rumpfgeschäftsjahr 2013 bezieht sich dagegen auf neun Monate.

Der vergleichsweise geringe Aufwand aus der Veränderung latenter Steuern im Berichtszeitraum basiert im Wesentlichen auf der Umkehrung beziehungsweise dem Auslaufen abzugsfähiger temporärer Differenzen im Vorjahr. Darüber hinaus erfolgte eine proportionale Fortschreibung der temporären Differenzen im Rumpfgeschäftsjahr 2013.

Mio. €	12M 2012	9M 2013
Gezahlte bzw. geschuldete Steuern	528	232
davon Deutschland	(161)	(67)
davon international	(367)	(165)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(516)	(240)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(12)	(-8)
Latente Steuern <sup>1</sup>	186	28
davon Deutschland <sup>1</sup>	(103)	(-9)
davon international <sup>1</sup>	(83)	(37)
	714	260

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Im Berichtszeitraum beträgt die Konzernsteuerquote 137,8 Prozent (12M 2012: 86,2 Prozent). Bereinigt um Sonderfaktoren liegt die Quote bei 94,5 Prozent (12M 2012: 49,1 Prozent). Die Konzernsteuerquote bildet das Verhältnis zwischen dem ausgewiesenen Ertragsteueraufwand und dem Vorsteuerergebnis ab. Die rechnerisch hohe Konzernsteuerquote ist im Wesentlichen auf das niedrige Vorsteuerergebnis im Rumpfgeschäftsjahr 2013 zurückzuführen, sodass geringe Veränderungen beim Ergebnis beziehungsweise Steueraufwand zu hohen Ausschlägen in der Quote führen.

——— Weitere Erläuterungen zu Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind im Konzernanhang unter der Nummer 11 „Steuern vom Einkommen und vom Ertrag“ enthalten.

## Periodenergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Periodenergebnis im Rumpfgeschäftsjahr 2013 liegt mit -71 Mio. € um 57 Mio. € unter dem Wert des Vorjahresvergleichszeitraums. Nach Abzug der Anteile nicht beherrschender Gesellschafter verbleibt ein auf die Aktionäre der METRO AG entfallendes Periodenergebnis von -71 Mio. € (9M 2012: -19 Mio. €).

Das Periodenergebnis enthält Sonderfaktoren in Höhe von 87 Mio. € (9M 2012: 179 Mio. €). Das um diese Sonderfaktoren bereinigte Periodenergebnis beträgt somit 16 Mio. € (9M 2012: 165 Mio. €).

Die METRO GROUP erzielte im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ein Ergebnis je Aktie von -0,22 € (9M 2012: -0,06 €). Der Berechnung war im Berichtszeitraum wie im Vorjahr eine gewichtete Anzahl von 326.787.529 Aktien zugrunde zu legen. Auf diese Aktienanzahl wurde das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis von -71 Mio. €

verteilt. Ein Verwässerungseffekt aus sogenannten potenziellen Aktien war weder im Rumpfgeschäftsjahr 2013 noch im Vorjahr gegeben.

Das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren lag bei 0,03 € (9M 2012: 0,49 €).

		12M 2012	9M 2012	9M 2013	Veränderung	
					absolut	%
Periodenergebnis <sup>1</sup>	Mio. €	115	-14	-71	-57	-
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	Mio. €	98	5	0	-5	-
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis <sup>1</sup>	Mio. €	17	-19	-71	-52	-
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) <sup>1, 2</sup>	€	0,05	-0,06	-0,22	-0,16	-
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren <sup>1, 2</sup>	€	1,93	0,49	0,03	-0,46	-94,3

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>2</sup>Nach 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 auch wertorientierte Kennzahlen ein, die auf operativen Steuerungsgrößen aufbauen. Seit 2009 ermitteln wir den Wertbeitrag mit der Kennzahl EBITaC (EBIT after Cost of Capital). Ein positiver Wertbeitrag ist erreicht, wenn das Ergebnis vor Zinsen und Steuern über den Kapitalkosten, die für die Finanzierung des durchschnittlich gebundenen Geschäftsvermögens erforderlich sind, liegt.

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

<sup>1</sup>Sonderfaktoren grundsätzlich über vier Jahre periodisiert

<sup>2</sup>WACC = Weighted Average Cost of Capital (gewichteter Kapitalkostensatz vor Steuern)



Die Verwendung der Kennzahl EBITaC 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 wird durch die Strategie der METRO GROUP erreicht, sich in den bestehenden Märkten auf Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche zu konzentrieren, das stationäre Geschäft durch neue Absatzkanäle wie Online-Handel und Belieferungsservice gezielt zu ergänzen sowie die Expansion in ausgewählten Ländern zu beschleunigen. In allen Fällen steht dabei der Kunde jeweils im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Ergänzend werden weiterhin Maßnahmen zur Sicherung der Effizienz im operativen und administrativen Bereich verfolgt und eine Optimierung des Kapitaleinsatzes wird vorangetrieben. Letztere spiegelt sich beispielhaft in der Überarbeitung der Nicht-Lebensmittel-Strategie im Großhandelsgeschäft wider, die eine umfassende Sortimentsoptimierung sowie eine noch stärkere Fokussierung auf die Anforderungen unserer Kunden vorsieht.

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

Der Kapitalkostensatz vor Steuern 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 lag der Kapitalkostensatz der METRO GROUP vor Steuern bei 9,6 Prozent. Dieser ergibt sich grundsätzlich aus den segmentspezifischen Kapitalkostensätzen, die mit dem Geschäftsvermögen gewichtet werden.

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. €	2011/12 <sup>1</sup>	2012/13	Delta
EBIT vor Sonderfaktoren <sup>2</sup>	2.013	<b>2.000</b>	-13
EBIT nach Periodisierung von Sonderfaktoren <sup>2,3</sup>	1.737	<b>1.680</b>	-57
Geschäftsvermögen	16.356	<b>15.076</b>	-1.280
Vorsteuer-WACC	9,6%	<b>9,6%</b>	
Kapitalkosten	-1.568	<b>-1.445</b>	123
EBITaC <sup>2</sup>	169	<b>235</b>	66

<sup>1</sup> Vorjahr vergleichbar gerechnet

<sup>2</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>3</sup> Wirkung der Sonderfaktoren über vier Jahre verteilt

Sonderfaktoren werden bei der Berechnung des EBITaC grundsätzlich linear über vier Jahre periodisiert im EBIT berücksichtigt. Da die entsprechenden positiven EBIT-Wirkungen zum großen Teil zeitverzögert zu den Aufwendungen entstehen, verbessert sich durch Periodisierung dieser Sonderfaktoren die Darstellung der operativen Performance. Kurzfristige Sondereinflüsse wirken sich dadurch nicht in vollem Umfang auf das Ergebnis der Periode des Auftretens aus. Die Berechnung des EBITaC erfolgt auch im Rumpfgeschäftsjahr 2013 auf Basis eines Zwölf-Monats-Zeitraums, da eine Beurteilung der Wertentwicklung nicht ohne die Berücksichtigung des für Handelsunternehmen zentralen Weihnachtswartungsquartals sinnvoll möglich ist.

Das EBIT 2012/13 lag nach Periodisierung der Sonderfaktoren aus den Vorjahren (2009/10: 329 Mio. €; 2010/11: 177 Mio. €; 2011/12: 463 Mio. €) sowie nach Berücksichtigung der periodisierten Einmalaufwendungen aus dem Jahr 2012/13 in Höhe von 313 Mio. € bei 1.680 Mio. €. Bei einem durchschnittlichen Geschäftsvermögen in Höhe von 15.076 Mio. € betragen die Kapitalkosten 1.445 Mio. €. Trotz der makroökonomischen Herausforderungen und verstärkter Preisinvestitionen setzte die METRO GROUP im Jahr 2012/13 ihr Geschäftsvermögen erfolgreich ein und erzielte ein positives EBITaC in Höhe von 235 Mio. €.

Neben dem EBITaC 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. Das Geschäftsvermögen beinhaltet für diesen Vergleich der Segmente 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.

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

<sup>1</sup> 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.

Die Ergebnisse der Analyse des EBITaC und des RoCE werden unter anderem zur Steuerung des Portfolios der METRO GROUP sowie zur Allokation der Investitionsmittel eingesetzt. Entscheidend bei der Allokation ist die mittel- und langfristige Auswir-

kung auf die Wertschaffung. Das wesentliche Kriterium für alle Investitionen innerhalb der METRO GROUP ist daher der Barwert der zukünftigen Wertbeiträge. Um auch steuerliche Gesichtspunkte bei der Entscheidung über die zukünftige Expansion zu berücksichtigen, werden die Wertbeiträge nach Steuern kalkuliert. Als weitere Kriterien zur Beurteilung von Investitionsprojekten werden insbesondere der Discounted Cashflow sowie die Amortisationsdauer als liquiditätsorientierte Kennzahlen verwendet. Im Zuge der weiterhin starken Priorisierung bei der Zuteilung der Investitionsmittel werden neben der strategischen Relevanz insbesondere Rentabilitätskennziffern bezogen auf die eingesetzten Mittel zur Beurteilung alternativer Investitionsprojekte als zusätzliche Entscheidungsgrundlage herangezogen.

## Sonderfaktoren

### Sonderfaktoren nach Vertriebslinien

Mio. €		12M 2012 wie berichtet	9M 2012 wie berichtet	9M 2013 wie berichtet	12M 2012 Sonder- faktoren	9M 2012 Sonder- faktoren	9M 2013 Sonder- faktoren	12M 2012 vor Sonder- faktoren	9M 2012 vor Sonder- faktoren	9M 2013 vor Sonder- faktoren
<b>EBITDA</b>		<b>3.017<sup>1</sup></b>	<b>1.542<sup>1</sup></b>	<b>1.657</b>	<b>279</b>	<b>127</b>	<b>-54</b>	<b>3.296<sup>1</sup></b>	<b>1.669<sup>1</sup></b>	<b>1.603</b>
davon	METRO Cash & Carry	1.135 <sup>1</sup>	567 <sup>1</sup>	<b>569</b>	67	74	<b>65</b>	1.202 <sup>1</sup>	641 <sup>1</sup>	<b>634</b>
	Media-Saturn	570	207	<b>152</b>	55	-3	<b>15</b>	625	204	<b>167</b>
	Real	223	135	<b>205</b>	52	-2	<b>-124</b>	276	134	<b>82</b>
	Galeria Kaufhof	240	55	<b>47</b>	0	0	<b>15</b>	240	55	<b>62</b>
	Immobilien	1.039	688	<b>723</b>	-4	-2	<b>-21</b>	1.035	686	<b>702</b>
	Sonstige	-166	-102	<b>-23</b>	109	61	<b>-1</b>	-57	-41	<b>-24</b>
	Konsolidierung	-24	-9	<b>-16</b>	-1	0	<b>-3</b>	-25	-9	<b>-20</b>
<b>EBIT</b>		<b>1.395<sup>1</sup></b>	<b>409<sup>1</sup></b>	<b>703</b>	<b>585</b>	<b>297</b>	<b>25</b>	<b>1.979<sup>1</sup></b>	<b>706<sup>1</sup></b>	<b>728</b>
davon	METRO Cash & Carry	688 <sup>1</sup>	259 <sup>1</sup>	<b>339</b>	263	200	<b>103</b>	951 <sup>1</sup>	459 <sup>1</sup>	<b>442</b>
	Media-Saturn	235	-3	<b>-54</b>	91	-3	<b>21</b>	326	-6	<b>-33</b>
	Real	25	0	<b>118</b>	77	-4	<b>-119</b>	102	-4	<b>-1</b>
	Galeria Kaufhof	136	-24	<b>-32</b>	0	0	<b>16</b>	136	-24	<b>-16</b>
	Immobilien	607	368	<b>447</b>	45	43	<b>8</b>	652	411	<b>455</b>
	Sonstige	-278	-184	<b>-104</b>	109	61	<b>-1</b>	-168	-124	<b>-105</b>
	Konsolidierung	-19	-5	<b>-12</b>	-1	0	<b>-3</b>	-20	-5	<b>-15</b>
	Finanzergebnis	-566 <sup>1</sup>	-439 <sup>1</sup>	<b>-514</b>	22	21	<b>68</b>	-543 <sup>1</sup>	-417 <sup>1</sup>	<b>-446</b>
<b>EBT</b>		<b>829<sup>1</sup></b>	<b>-30<sup>1</sup></b>	<b>189</b>	<b>607</b>	<b>318</b>	<b>93</b>	<b>1.436<sup>1</sup></b>	<b>289<sup>1</sup></b>	<b>282</b>
	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-714 <sup>1</sup>	16 <sup>1</sup>	<b>-260</b>	9	-139	<b>-6</b>	-706 <sup>1</sup>	-124 <sup>1</sup>	<b>-266</b>
<b>Periodenergebnis</b>		<b>115<sup>1</sup></b>	<b>-14<sup>1</sup></b>	<b>-71</b>	<b>615</b>	<b>179</b>	<b>87</b>	<b>730<sup>1</sup></b>	<b>165<sup>1</sup></b>	<b>16</b>
	Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	98	5	<b>0</b>	0	0	<b>7</b>	98	5	<b>7</b>
	Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	17 <sup>1</sup>	-19 <sup>1</sup>	<b>-71</b>	615	179	<b>80</b>	632 <sup>1</sup>	160 <sup>1</sup>	<b>9</b>
<b>Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)</b>		<b>0,05<sup>1</sup></b>	<b>-0,06<sup>1</sup></b>	<b>-0,22</b>	<b>1,88</b>	<b>0,55</b>	<b>0,25</b>	<b>1,93<sup>1</sup></b>	<b>0,49<sup>1</sup></b>	<b>0,03</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

**Sonderfaktoren**  
 nach Regionen

Mio. €	12M 2012 wie berichtet	9M 2012 wie berichtet	9M 2013 wie berichtet	12M 2012 Sonder- faktoren	9M 2012 Sonder- faktoren	9M 2013 Sonder- faktoren	12M 2012 vor Sonder- faktoren	9M 2012 vor Sonder- faktoren	9M 2013 vor Sonder- faktoren
<b>EBITDA</b>	<b>3.017<sup>1</sup></b>	<b>1.542<sup>1</sup></b>	<b>1.657</b>	<b>279</b>	<b>127</b>	<b>-54</b>	<b>3.296<sup>1</sup></b>	<b>1.669<sup>1</sup></b>	<b>1.603</b>
davon Deutschland	938	371	<b>365</b>	195	110	<b>46</b>	1.133	481	<b>411</b>
Westeuropa (ohne Deutschland)	942 <sup>1</sup>	461 <sup>1</sup>	<b>439</b>	-10	8	<b>49</b>	932 <sup>1</sup>	469 <sup>1</sup>	<b>488</b>
Osteuropa	1.175	694	<b>772</b>	27	0	<b>-138</b>	1.202	694	<b>634</b>
Asien/Afrika	-41	8	<b>78</b>	66	9	<b>-11</b>	25	17	<b>67</b>
Konsolidierung	4	8	<b>3</b>	0	0	<b>0</b>	4	8	<b>3</b>
<b>EBIT</b>	<b>1.395<sup>1</sup></b>	<b>409<sup>1</sup></b>	<b>703</b>	<b>585</b>	<b>297</b>	<b>25</b>	<b>1.979<sup>1</sup></b>	<b>706<sup>1</sup></b>	<b>728</b>
davon Deutschland	320	-89	<b>-76</b>	202	110	<b>55</b>	522	21	<b>-22</b>
Westeuropa (ohne Deutschland)	484 <sup>1</sup>	97 <sup>1</sup>	<b>240</b>	163	180	<b>68</b>	646 <sup>1</sup>	277 <sup>1</sup>	<b>309</b>
Osteuropa	731	435	<b>528</b>	118	-2	<b>-117</b>	849	432	<b>412</b>
Asien/Afrika	-144	-41	<b>8</b>	102	9	<b>18</b>	-42	-32	<b>26</b>
Konsolidierung	4	8	<b>3</b>	0	0	<b>0</b>	4	8	<b>3</b>
Finanzergebnis	-566 <sup>1</sup>	-439 <sup>1</sup>	<b>-514</b>	22	21	<b>68</b>	-543 <sup>1</sup>	-417 <sup>1</sup>	<b>-446</b>
<b>EBT</b>	<b>829<sup>1</sup></b>	<b>-30<sup>1</sup></b>	<b>189</b>	<b>607</b>	<b>318</b>	<b>93</b>	<b>1.436<sup>1</sup></b>	<b>289<sup>1</sup></b>	<b>282</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-714 <sup>1</sup>	16 <sup>1</sup>	<b>-260</b>	9	-139	<b>-6</b>	-706 <sup>1</sup>	-124 <sup>1</sup>	<b>-266</b>
<b>Periodenergebnis</b>	<b>115<sup>1</sup></b>	<b>-14<sup>1</sup></b>	<b>-71</b>	<b>615</b>	<b>179</b>	<b>87</b>	<b>730<sup>1</sup></b>	<b>165<sup>1</sup></b>	<b>16</b>
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	98	5	<b>0</b>	0	0	<b>7</b>	98	5	<b>7</b>
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	17 <sup>1</sup>	-19 <sup>1</sup>	<b>-71</b>	615	179	<b>80</b>	632 <sup>1</sup>	160 <sup>1</sup>	<b>9</b>
<b>Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)</b>	<b>0,05<sup>1</sup></b>	<b>-0,06<sup>1</sup></b>	<b>-0,22</b>	<b>1,88</b>	<b>0,55</b>	<b>0,25</b>	<b>1,93<sup>1</sup></b>	<b>0,49<sup>1</sup></b>	<b>0,03</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

## 5. 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 durch Garantien und Patronatserklärungen. 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 im Investment-Grade-Bereich von langfristig BBB-/Baa3 beziehungsweise kurzfristig A-3/P-3 unterstützt den Zugang zu den Kapitalmärkten.

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 Treasury 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.

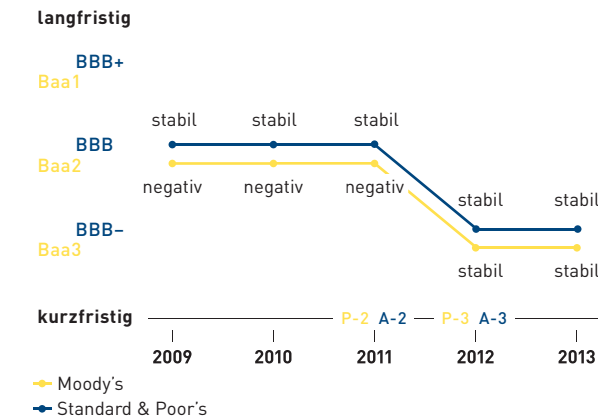
Die Risiken aus Finanzinstrumenten und Sicherungsbeziehungen werden im Konzernanhang unter Nummer 43 „Management der finanzwirtschaftlichen Risiken“ erläutert.

**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 die zwei international führenden Rating-Agenturen – Moody’s und Standard & Poor’s – beauftragt, die Kreditwürdigkeit der METRO GROUP kontinuierlich zu analysieren.

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



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

Kategorie	2013	
	Moody's	Standard & Poor's
Langfristig	Baa3	BBB-
Kurzfristig	P-3	A-3
Ausblick	stabil	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. In seinem Rahmen wurden im Rumpfgeschäftsjahr 2013 keine Transaktionen abgewickelt.

Das Daueremissionsprogramm wurde zum 30. September 2013 mit insgesamt 4,5 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 922 Mio. € in Anspruch genommen. Zum 30. September 2013 wurden die Programme mit rund 383 Mio. € ausgenutzt.

Ferner wurden zum 30. September 2013 bilaterale Kreditlinien von insgesamt 1.096 Mio. € genutzt.

Weitergehende Informationen zu Finanzierungsprogrammen und Kreditlinien sind im Konzernanhang unter Nummer 36 „Finanzschulden“ enthalten.

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. €	31.12.2012			30.9.2012			30.9.2013		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	2.075	433	1.642	2.097	473	1.624	1.826	405	1.421
Inanspruchnahme	-1.305	-308	-997	-1.331	-352	-979	-1.096	-310	-787
Freie bilaterale Kreditlinien	770	125	645	766	121	645	730	95	634
Syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500
Inanspruchnahme	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500
Kreditlinien gesamt	4.575	433	4.142	4.597	473	4.124	4.326	405	3.921
Inanspruchnahme gesamt	-1.305	-308	-997	-1.331	-352	-979	-1.096	-310	-787
<b>Freie Kreditlinien gesamt</b>	<b>3.270</b>	<b>125</b>	<b>3.145</b>	<b>3.266</b>	<b>121</b>	<b>3.145</b>	<b>3.230</b>	<b>95</b>	<b>3.134</b>

Investitionen/Desinvestitionen

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 hat die METRO GROUP 691 Mio. € investiert und liegt damit 262 Mio. € unter den Investitionen im Vorjahresvergleichszeitraum. Wie angekündigt wurde die Expansion fokussiert und mit den Investitionen verstärkt die Umsatzentwicklung der bestehenden Standorte unterstützt. Ein Großteil des Investitionsrückgangs ist somit auf eine reduzierte Expansionstätigkeit zurückzuführen. Diese zeigt sich in einer geringeren Anzahl von 34 Neueröffnungen inklusive Zugängen gegenüber 40 Neueröffnungen im Vorjahresvergleichszeitraum. Investitionen zur Modernisierung und Instandhaltung des bestehenden Standortnetzes liegen nach Bereinigung um Verlängerungen von Finanzierungs-Leasingverhältnissen leicht über dem Niveau des Vorjahresvergleichszeitraums.

Investitionen der METRO GROUP

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013	Veränderung	
				absolut	%
METRO					
Cash & Carry	407	219	211	-8	-3,4
Media-Saturn	291	197	183	-14	-7,3
Real	115	128	63	-65	-50,6
Galeria Kaufhof	89	55	60	6	10,2
Immobilien	425	276	113	-163	-59,1
Sonstige	111	79	61	-18	-22,7
<b>METRO GROUP</b>	<b>1.437</b>	<b>954</b>	<b>691</b>	<b>-262</b>	<b>-27,5</b>

**METRO Cash & Carry** hat im Rumpfgeschäftsjahr 2013 211 Mio. € investiert. Die Investitionen liegen damit um 8 Mio. € unter dem Wert des Vorjahresvergleichszeitraums. Durch die Einführung eines Cash Committee wurde ein verstärkter Fokus auf die effiziente Nutzung der Investitionsmittel zur Erzielung von Umsatzsteigerungen gelegt. Die durch das Cash Committee freigegebenen Mittel wurden insbesondere in den Bereichen Konzeptumstellungen, IT und sicherheitsrelevante Modernisierung investiert. Der leichte Investitionsrückgang gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum resultiert aus einer reduzierten Expansionstätigkeit (zehn Neueröffnungen in 9M 2013 gegenüber 21 Neueröffnungen in 9M 2012). Die deutliche Fokussierung der Expansion spiegelt sich hier nur bedingt wider, da der Großteil der Investitionen für den Erwerb von Grundstücken und die Errichtung der Märkte im Zusammenhang mit der Expansion im Segment Immobilien gezeigt wird. Der Expansionsschwerpunkt lag weiterhin bei den Fokuskländern China und Russland, in denen das bestehende Filialnetz um sechs beziehungsweise zwei neue METRO Cash & Carry Märkte erweitert wurde. In Indien und Belgien wurde jeweils ein neuer METRO Cash & Carry Standort eröffnet. In China wurde ein Standort geschlossen.

Die Investitionen von **Media-Saturn** lagen im Rumpfgeschäftsjahr 2013 mit 183 Mio. € um 14 Mio. € unter den Investitionen im Vorjahresvergleichszeitraum. Der leichte Investitionsrückgang ist auf Einsparungen von Investitionen sowohl für die Modernisierung des bestehenden Marktnetzes als auch für die Erweiterung des Standortportfolios zurückzuführen. Im Berichtszeitraum wurden 20 Märkte eröffnet. Der Fokus der Expansion lag mit 14 neu eröffneten Elektrofachmärkten in Osteuropa. Hier wurden sechs neue Märkte in der Türkei sowie fünf neue Märkte in Russland eröffnet. In Polen kamen drei neue Standorte dazu. In Westeuropa (ohne Deutschland) wurde das Standortnetz um vier neue Märkte erweitert, davon zwei in den Niederlanden und jeweils ein neuer Markt in Schweden und Spanien. Zusätzlich wurden in Deutschland zwei Märkte eröffnet. Außerdem wurden im Geschäftsjahr 14 Standorte geschlossen. Aufgrund des Rückzugs aus dem chinesischen Markt kam es dort zur Schließung von sieben Standorten. Zusätzlich wurden vier Märkte in Spanien, zwei Märkte in der Schweiz sowie ein Markt in Deutschland geschlossen.

**Real** investierte im Rumpfgeschäftsjahr 2013 63 Mio. €. Das sind 65 Mio. € weniger als im Vorjahresvergleichszeitraum. Der Investitionsrückgang resultiert aus der Aufgabe der Geschäftstätigkeit in Russland, Rumänien und der Ukraine und der geplanten Abgabe des Geschäftes in Polen

sowie aus einem Rückgang der Neuverpflichtungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen. Die investierten Mittel wurden unter anderem genutzt, um durch neue Konzepte das Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Real hat im Rumpfgeschäftsjahr 2013 das Ladennetz um vier Märkte in Polen erweitert und insgesamt 39 Märkte abgegeben. Dies betrifft die Veräußerung von Real Rumänien (20 Standorte), Real Russland (17 Standorte) und Real Ukraine (zwei Standorte). Zusätzlich wurde das bestehende Filialnetz aufgrund von Schließungen in Deutschland um weitere zwei Standorte reduziert.

Die Investitionen von **Galeria Kaufhof** beliefen sich auf 60 Mio. € und lagen damit 6 Mio. € über dem Niveau des Vorjahresvergleichszeitraums. Im Vordergrund standen Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurden weder neue Filialen eröffnet noch bestehende Warenhäuser geschlossen.

Im Segment **Immobilien** beliefen sich die Investitionen im Berichtsjahr auf 113 Mio. € und lagen damit um 163 Mio. € unter dem Wert des Vorjahresvergleichszeitraums. Die Investitionen wurden für die Erweiterung und den Erhalt des Immobilienportfolios sowie für den Erwerb von Immobilien im Zusammenhang mit der Expansion der Vertriebslinie METRO Cash & Carry getätigt. Der Investitionsrückgang gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum ergibt sich zum größten Teil aus der geringeren Anzahl von Neueröffnungen bei METRO Cash & Carry.

Die Investitionen im Segment **Sonstige** beliefen sich im Rumpfgeschäftsjahr 2013 auf 61 Mio. € (9M 2012: 79 Mio. €). Die Investitionen entfielen primär auf immaterielle Vermögenswerte sowie auf Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Die bereits eingegangenen Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagevermögen, immateriellen Vermögenswerten und als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien belaufen sich auf 129 Mio. €.

Angaben hierzu sind im Konzernanhang unter Nummer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“, Nummer 20 „Sachanlagen“ und Nummer 21 „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“ enthalten.

Aus Desinvestitionen sind der METRO GROUP Zahlungsmittel in Höhe von 1.487 Mio. € zugeflossen, die im Wesentlichen auf den Verkauf des Real-Geschäfts in Osteuropa und den Verkauf von Immobilien zurückzuführen sind.

Weitere Informationen zu Desinvestitionen sind im Konzernabschluss unter „Kapitalflussrechnung“ sowie im Konzernanhang unter Nummer 41 „Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung“ enthalten.



## 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 Investitions- 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 Berichtszeitraum ein Mittelabfluss von 1.768 Mio. € (9M 2012: –2.095 Mio. €) generiert. Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit ist ein Mittelzufluss von 747 Mio. € (9M 2012: –600 Mio. €) zu verzeichnen. Daraus ergibt sich gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum eine Steigerung des Cashflows vor Finanzierungstätigkeit um 1.674 Mio. € auf –1.021 Mio. €. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist einen Mittelabfluss von 1.690 Mio. € (9M 2012: +1.403 Mio. €) aus.

——— Erläuterungen sind im Konzernabschluss unter „Kapitalflussrechnung“ sowie im Konzernanhang unter Nummer 41 „Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung“ enthalten.

### Kapitalflussrechnung<sup>1</sup>

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
<b>Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>2.340</b>	<b>-2.095</b>	<b>-1.768</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-626</b>	<b>-600</b>	<b>747</b>
<b>Cashflow vor Finanzierungstätigkeit</b>	<b>1.714</b>	<b>-2.695</b>	<b>-1.021</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>279</b>	<b>1.403</b>	<b>-1.690</b>
<b>Summe der Cashflows</b>	<b>1.993</b>	<b>-1.292</b>	<b>-2.711</b>
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17	12	-24
<b>Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>2.010</b>	<b>-1.280</b>	<b>-2.735</b>

<sup>1</sup> Verkürzte Fassung. Die vollständige Fassung ist im Konzernabschluss enthalten.

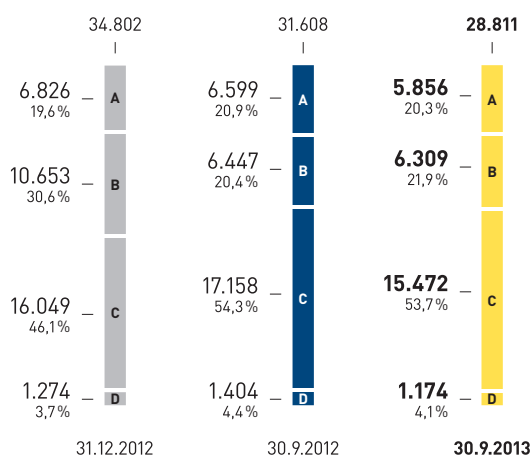
## Kapitalstruktur

### Kapitalstruktur der METRO GROUP

Mio. €

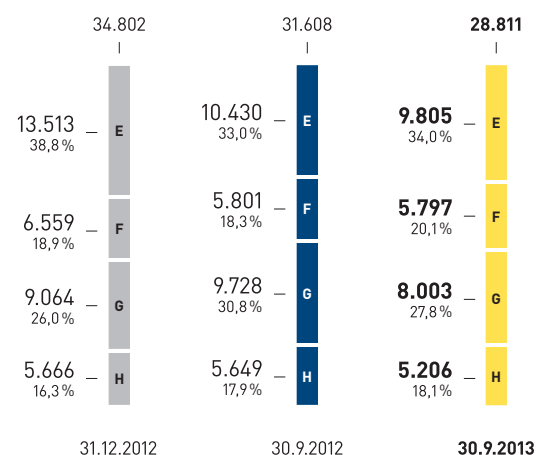
#### AKTIVA

- A** Vorräte (kurzfristig)      **C** Anlagevermögen  
**B** Übrige kurzfristige Vermögenswerte      **D** Übrige langfristige Vermögenswerte<sup>1</sup>



#### PASSIVA

- E** Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)      **G** Fremdkapital (langfristig)<sup>1</sup>  
**F** Übriges Fremdkapital (kurzfristig)      **H** Eigenkapital<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die Konzernbilanz der METRO GROUP weist zum 30. September 2013 ein Eigenkapital von 5.206 Mio. € aus (30.9.2012: 5.649 Mio. €; 31.12.2012: 5.666 Mio. €). Die Gewinnrücklagen sind seit dem 31. Dezember 2012 um 421 Mio. € gesunken. Dieser Rückgang resultierte insbesondere aus der Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2012 in Höhe von 327 Mio. €. Die Eigenkapitalquote beträgt 18,1 Prozent (30.9.2012: 17,9 Prozent; 31.12.2012: 16,3 Prozent). Der Anteil der Gewinnrücklagen am Eigenkapital liegt bei 34,4 Prozent gegenüber 39,1 Prozent zum 31. Dezember 2012. Die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter reduzierten sich gegenüber dem 31. Dezember 2012 um 46 Mio. € auf 27 Mio. €. Der Rückgang setzt sich im Wesentlichen zusammen aus dem Anteil am Gesamtergebnis, der den nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnen ist (0 Mio. €), abzüglich von Dividenden (-51 Mio. €).

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Eigenkapital</b>	31	<b>5.666</b>	<b>5.649</b>	<b>5.206</b>
Gezeichnetes Kapital		835	835	<b>835</b>
Kapitalrücklage		2.544	2.544	<b>2.551</b>
Gewinnrücklagen <sup>1</sup>		2.214	2.239	<b>1.793</b>
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter <sup>1</sup>		73	31	<b>27</b>

<sup>1</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die bilanzielle Nettoverschuldung beträgt 5.391 Mio. € (30.9.2012: 7.734 Mio. €; 31.12.2012: 3.245 Mio. €). Sie wird ermittelt durch Saldierung der Finanzschulden inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen in Höhe von 7.963 Mio. € (30.9.2012: 9.814 Mio. €; 31.12.2012: 8.550 Mio. €) mit den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten gemäß Bilanz in Höhe von 2.564 Mio. € (30.9.2012: 2.075 Mio. €; 31.12.2012: 5.299 Mio. €) sowie den Geldanlagen in Höhe von 8 Mio. € (30.9.2012: 5 Mio. €; 31.12.2012: 6 Mio. €).

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gemäß Bilanz	5.299	2.075	<b>2.564</b>
Geldanlagen > 3 Monate < 1 Jahr <sup>1</sup>	6	5	<b>8</b>
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnissen)	8.550	9.814	<b>7.963</b>
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>3.245</b>	<b>7.734</b>	<b>5.391</b>

<sup>1</sup> In der Bilanz in den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten (kurzfristig) enthalten

An den langfristigen Schulden zum 30. September 2013 haben die langfristigen Finanzschulden mit 5.763 Mio. € (30.9.2012: 7.052 Mio. €; 31.12.2012: 6.736 Mio. €) den größten Anteil. Ihr Rückgang resultiert im Wesentlichen aus fälligkeitsbedingten Umgliederungen in die kurzfristigen Finanzschulden.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken im Rumpfgeschäftsjahr 2013 auf 9.805 Mio. € (30.9.2012: 10.430 Mio. €; 31.12.2012: 13.513 Mio. €). Der deutlich niedrigere Wert gegenüber dem 31. Dezember 2012 ist hauptsächlich auf die Vertriebslinien Media-Saturn sowie METRO Cash & Carry zurückzuführen. Ursächlich hierfür ist im Wesentlichen das bedingt durch das Weihnachtsgeschäft hohe Verbindlichkeitenvolumen am Jahresende, das bereits im Folgequartal auf ein Normalmaß zurückgeführt wurde. Im Vergleich zum 30. September 2012 ergibt sich eine Verminderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von 625 Mio. €. Den größten Anteil an diesem Rückgang trägt Real, was auf die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa zurückzuführen ist. Darüber hinaus trugen verkürzte Zahlungsziele der Lieferanten sowie Währungseffekte bei METRO Cash & Carry und Media-Saturn zu der Reduzierung bei. Zum 30. September 2013 betragen die kurzfristigen Finanzschulden 2.200 Mio. € (30.9.2012: 2.762 Mio. €; 31.12.2012: 1.814 Mio. €). Der Zugang gegenüber dem 31. Dezember 2012 resultiert im Wesentlichen aus Umgliederungen von langfristigen Finanzschulden in Höhe von 756 Mio. € für Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr. Gegenläufig wirkte sich die Tilgung von Commercial Papers in Höhe von 205 Mio. € sowie die Tilgung von Schuldscheindarlehen mit 150 Mio. € aus. Die kurzfristigen sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten waren zum 30. September 2013 mit 2.531 Mio. € deutlich niedriger als zum 31. Dezember 2012 (30.9.2012: 2.364 Mio. €; 31.12.2012: 2.910 Mio. €). Der Grund hierfür sind im Wesentlichen die hohen Umsatzsteuerverbindlichkeiten zum Ende des Kalenderjahres aufgrund des Weihnachtsgeschäfts. Die Abnahme der Ertragsteuerschulden gegenüber dem 31. Dezember 2012 um 110 Mio. € ergibt sich vor allem aus den geleisteten Steuerzahlungen aufgrund von veranlagten Steuererklärungen im In- und

Ausland. Die „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in Höhe von 264 Mio. € resultieren im Wesentlichen aus dem veräußerten, aber aufgrund aufschiebender Bedingungen noch nicht abgegangenen Real-Geschäft in Polen.

Die Fremdkapitalquote ist gegenüber dem 31. Dezember 2012 um 1,8 Prozentpunkte auf 81,9 Prozent gesunken. Die kurzfristigen Schulden haben einen Anteil von 66,1 Prozent am gesamten Fremdkapital nach 68,9 Prozent zum 31. Dezember 2012.

Angaben zur Fälligkeits-, Währungs- und Zinsstruktur der finanziellen Schulden sowie zu Kreditlinien sind im Konzernanhang unter Nummer 36 „Finanzschulden“ enthalten.

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Langfristige Schulden</b>		<b>9.064</b>	<b>9.728</b>	<b>8.003</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen <sup>1</sup>	32	1.518	1.483	<b>1.508</b>
Sonstige Rückstellungen	33	424	422	<b>429</b>
Finanzschulden	34, 36	6.736	7.052	<b>5.763</b>
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	227	615	<b>176</b>
Latente Steuerschulden	24	159	156	<b>127</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		<b>20.072</b>	<b>16.231</b>	<b>15.602</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	34, 35	13.513	10.430	<b>9.805</b>
Rückstellungen	33	644	539	<b>621</b>
Finanzschulden	34, 36	1.814	2.762	<b>2.200</b>
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	2.910	2.364	<b>2.531</b>
Ertragsteuerschulden	34	291	136	<b>181</b>
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	30	900	0	<b>264</b>

<sup>1</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Weitere Informationen zur Entwicklung der Schulden sind im Konzernanhang unter den in der Tabelle angegebenen Nummern zu finden. Angaben zu Eventualverbindlichkeiten sowie sonstigen finanziellen Verpflichtungen werden im Konzernanhang unter Nummer 44 „Eventualverbindlichkeiten“ und Nummer 45 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“ gemacht.

## Vermögenslage

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 verringerte sich die Bilanzsumme um 5.991 Mio. € auf 28.811 Mio. €. Bei den langfristigen Vermögenswerten war im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ein Rückgang von 677 Mio. € auf 16.646 Mio. € zu verzeichnen.

### Langfristige Vermögenswerte

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		<b>17.323</b>	<b>18.562</b>	<b>16.646</b>
Geschäfts- oder Firmenwerte	18	3.780	4.022	3.763
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	19	407	418	393
Sachanlagen	20	11.324	12.202	10.709
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	21	199	207	156
Finanzanlagen	22	247	252	319
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen <sup>1</sup>	22	92	57	132
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte <sup>2</sup>	23	360	327	337
Latente Steueransprüche	24	914	1.077	837

<sup>1</sup> Neue Bilanzposition (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>2</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die Sachanlagen betragen 10.709 Mio. € (30.9.2012: 12.202 Mio. €; 31.12.2012: 11.324 Mio. €). Die Reduzierung der Sachanlagen in Höhe von 615 Mio. € ist vor allem mit negativen Währungseffekten in Russland, der Türkei und Japan zu begründen. Zudem lagen die Investitionen im Berichtszeitraum unter den planmäßigen und außerplanmäßigen Abschreibungen. Die latenten Steueransprüche betragen zum 30. September 2013 837 Mio. € (30.9.2012: 1.077 Mio. €; 31.12.2012: 914 Mio. €). Der Rückgang gegenüber dem 31. Dezember 2012 resultiert im Wesentlichen aus der laufenden Fortschreibung temporärer Differenzen im Rumpfgeschäftsjahr 2013.

Weitere Informationen zur Entwicklung der langfristigen Vermögenswerte sind im Konzernanhang unter den in der Tabelle angegebenen Nummern zu finden.

### Kurzfristige Vermögenswerte

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		<b>17.479</b>	<b>13.046</b>	<b>12.165</b>
Vorräte	25	6.826	6.599	5.856
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	568	532	547
Finanzanlagen		22	55	8
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	23	2.886	2.892	2.601
Ertragsteuererstattungsansprüche		347	662	297
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	29	5.299	2.075	2.564
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	30	1.531	231	292

Die kurzfristigen Vermögenswerte sanken um 5.314 Mio. € auf 12.165 Mio. €. Zum 30. September 2013 besitzt die METRO GROUP Vorratsvermögen in Höhe von 5.856 Mio. € (30.9.2012: 6.599 Mio. €; 31.12.2012: 6.826 Mio. €). Der Rückgang um 970 Mio. € im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ist im Wesentlichen bedingt durch den starken Bestandsabbau bei Media-Saturn. Hauptursache hierfür sind saisonbedingt hohe Lagerbestände zum 31. Dezember 2012, die im Folgequartal deutlich reduziert wurden. Im Vergleich zum 30. September 2012 verminderte sich das Vorratsvermögen um 743 Mio. €. Wesentliche Faktoren hierfür sind bestandsoptimierende Maßnahmen der Vertriebslinien Media-Saturn und METRO Cash & Carry sowie die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa. Die Verringerung der Ertragsteuererstattungsansprüche gegenüber dem 31. Dezember 2012 um 50 Mio. € auf 297 Mio. € ist auf erstattete Kapitalertragsteueransprüche zurückzuführen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente betragen zum 30. September 2013 2.564 Mio. € (30.9.2012: 2.075 Mio. €; 31.12.2012: 5.299 Mio. €). Der Rückgang gegenüber dem 31. Dezember 2012 ist insbesondere dadurch begründet, dass zum Ende des Kalenderjahres eine hohe Liquidität durch das Weihnachtsgeschäft besteht. Der Anstieg im Vergleich zum 30. September 2012 resultiert im Wesentlichen aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa, Immobilientransaktionen sowie dem niedrigeren Investitionsvolumen. Die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ fielen im Wesentlichen durch den Abgang des Real-Geschäfts in Russland, der Ukraine und Rumänien um 1.239 Mio. € auf 292 Mio. €.

Weitere Informationen zur Entwicklung der kurzfristigen Vermögenswerte sind im Konzernanhang unter den in der Tabelle angegebenen Nummern zu finden.

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

Das Rumpfgeschäftsjahr 2013 ist für die METRO GROUP erfolgreich verlaufen. Wir haben das Geschäft in allen Vertriebslinien weiterentwickelt und die Transformation vorangetrieben. Der Verkauf von Real Osteuropa wurde, abgesehen von der ausstehenden Kartellfreigabe in Polen, erfolgreich umgesetzt. Dadurch und aufgrund unserer disziplinierten

Investitionspolitik ist es uns gelungen, die Verschuldung der METRO GROUP weiter deutlich zu verringern.

Der Vorstand ist mit der Geschäftsentwicklung sehr zufrieden, auch da alle kommunizierten, auf die METRO GROUP bezogenen Ziele erreicht wurden.

Für das Weihnachtsgeschäft fühlen wir uns gut gerüstet und blicken zuversichtlich auf das Geschäftsjahr 2013/14.

## 6. Mitarbeiter

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 vor allem Mehrwert für unsere Kunden bieten. Sie müssen im wahrsten Sinne des Worts „Zum Handeln geschaffen.“ sein, das heißt unternehmerisch denken und eigenverantwortlich agieren. Wir haben somit einen weiterhin hohen Bedarf an motivierten und qualifizierten Mitarbeitern. Vor dem Hintergrund, dass sich der Fachkräftemangel infolge des demografischen Wandels auch im Handel weiter verschärfen wird, verfolgen wir eine nachhaltige Personalpolitik: Wir investieren gezielt in die Entwicklung von Nachwuchskräften sowie in individuelle Aus- und Weiterbildungsprogramme, verbessern das Arbeitsumfeld und entwickeln unsere Führungskultur auf Basis unseres Leitbilds weiter. 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.

### Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Im Berichtszeitraum beschäftigte die METRO GROUP durchschnittlich 239.909 (9M 2012: 247.469) Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das sind 3,1 Prozent weniger als im Vorjahresvergleichszeitraum. Der größte Teil unserer Mitarbeiter ist außerhalb unseres Heimatmarkts Deutschland beschäftigt. In Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien/Afrika hatten wir mit 152.308 Mitarbeitern auf Vollzeitbasis 3,8 Prozent weniger als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Ein wesentlicher Grund für diesen Rückgang ist der Verkauf des Osteuropageschäfts von Real. In Deutschland hat sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis weiter um 1,7 Prozent auf 87.601 verringert.

Unsere Vertriebslinie METRO Cash & Carry beschäftigte im Berichtszeitraum im Durchschnitt 111.395 Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das entspricht einer Reduktion um 2,0 Prozent gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum. Für Media-Saturn waren im Berichtszeitraum durchschnittlich 56.338 Vollzeitkräfte tätig, das sind 0,5 Prozent mehr als im Vorjahresvergleichszeitraum. Bei Real verringerte sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis um 10,4 Prozent auf 45.238. Bei Galeria Kaufhof sank die Zahl der Vollzeitkräfte im Vergleich

zum Vorjahresvergleichszeitraum um 2,7 Prozent auf 17.231 Beschäftigte. Im Segment Immobilien beschäftigten wir 1.614 Mitarbeiter auf Vollzeitbasis und damit 12,2 Prozent mehr als im Vorjahresvergleichszeitraum. Die Zahl der Vollzeitkräfte im Segment Sonstige nahm leicht ab – um 0,7 Prozent auf 8.093 Beschäftigte.

#### Mitarbeiterentwicklung der METRO GROUP

Durchschnitt

##### Mitarbeiterzahl nach Köpfen

	Deutschland	International	Gesamt
9M 2012	106.216	171.202	277.418
9M 2013	104.684	164.809	269.493 (-2,9 %)

##### Mitarbeiterzahl auf Vollzeitbasis

	Deutschland	International	Gesamt
9M 2012	89.084	158.385	247.469
9M 2013	87.601	152.308	239.909 (-3,1 %)

### Entwicklung des Personalaufwands

Unsere Personalaufwendungen sanken gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum um 2,9 Prozent auf 5,4 Mrd. € (9M 2012: 5,6 Mrd. €). Davon entfielen 4,4 Mrd. € (9M 2012: 4,6 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 55.064 Mitarbeiter in Deutschland dieses Angebot in Anspruch genommen (9M 2012: 55.579 Mitarbeiter). Das entspricht einer Quote von 53,9 Prozent (9M 2012: 53,9 Prozent).

——— Weitergehende Informationen zum Personalaufwand sind im Konzernanhang unter Nummer 16 „Personalaufwand“ enthalten.

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten  
 nach Köpfen zum Stichtag

	METRO Cash & Carry			Media-Saturn			Real			Galeria Kaufhof		
	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Deutschland</b>	<b>15.520</b>	<b>15.567</b>	<b>14.914</b>	<b>26.676</b>	<b>25.855</b>	<b>26.447</b>	<b>37.810</b>	<b>37.850</b>	<b>36.944</b>	<b>21.582</b>	<b>19.939</b>	<b>19.944</b>
Belgien	3.601	3.251	3.226	1.541	1.440	1.521				1.357	1.256	1.218
Dänemark	768	738	755	28	29	28						
Frankreich	8.816	8.715	8.808	13	13	17						
Italien	4.732	4.690	4.449	6.918	6.891	6.754						
Luxemburg				137	125	125						
Niederlande	4.631	4.454	4.625	4.612	4.550	4.415						
Norwegen				2	5							
Österreich	2.088	2.060	2.088	2.761	2.629	2.668						
Portugal	1.213	1.196	1.191	515	512	490						
Schweden				2.159	1.925	1.850						
Schweiz				1.351	1.331	1.226						
Spanien	4.030	3.848	3.837	6.034	5.393	5.213						
Vereinigtes Königreich				3	3	1						
<b>Westeuropa (ohne D)</b>	<b>29.879</b>	<b>28.952</b>	<b>28.979</b>	<b>26.074</b>	<b>24.846</b>	<b>24.308</b>				<b>1.357</b>	<b>1.256</b>	<b>1.218</b>
Bulgarien	2.485	2.495	2.366									
Griechenland	1.061	1.101	1.028	795	743	752						
Kasachstan	1.361	1.436	1.208									
Kroatien	1.116	1.151	1.111									
Moldawien	712	705	655									
Polen	6.444	6.670	6.014	4.787	4.621	4.694	9.270	9.339	9.064			
Rumänien	5.440	5.484	5.325				5.691	5.809	643			
Russland	19.286	17.340	17.955	4.219	3.703	4.125	4.526	4.439	271			
Serbien	1.540	1.537	1.444									
Slowakei	1.387	1.375	1.341									
Tschechien	3.489	3.527	3.473									
Türkei	4.407	4.361	4.450	1.728	1.603	2.403	1.767	1.818	1.796			
Ukraine	6.789	6.356	5.309				840	507	0			
Ungarn	2.653	2.649	2.626	1.139	1.140	1.079						
<b>Osteuropa</b>	<b>58.170</b>	<b>56.187</b>	<b>54.305</b>	<b>12.668</b>	<b>11.810</b>	<b>13.053</b>	<b>22.094</b>	<b>21.912</b>	<b>11.774</b>			
Ägypten	469	510	447									
China	9.995	8.839	10.824	786	791	18						
Indien	3.119	2.985	3.186									
Japan	1.011	994	1.069									
Pakistan	1.938	1.970	1.910									
Singapur <sup>1</sup>	0	0	34									
Vietnam	3.872	3.917	3.636									
<b>Asien/Afrika</b>	<b>20.404</b>	<b>19.215</b>	<b>21.106</b>	<b>786</b>	<b>791</b>	<b>18</b>						
<b>USA<sup>2</sup></b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>									
<b>International</b>	<b>108.458</b>	<b>104.359</b>	<b>104.393</b>	<b>39.528</b>	<b>37.447</b>	<b>37.379</b>	<b>22.094</b>	<b>21.912</b>	<b>11.774</b>	<b>1.357</b>	<b>1.256</b>	<b>1.218</b>
<b>METRO GROUP</b>	<b>123.978</b>	<b>119.926</b>	<b>119.307</b>	<b>66.204</b>	<b>63.302</b>	<b>63.826</b>	<b>59.904</b>	<b>59.762</b>	<b>48.718</b>	<b>22.939</b>	<b>21.195</b>	<b>21.162</b>

<sup>1</sup> Beschäftigte in Singapur sind Mitarbeiter von Verwaltungsgesellschaften

<sup>2</sup> Beschäftigte in den USA sind Mitarbeiter des Boston Trading Office (BTO). Das Einkaufsbüro ist für die Beschaffung von Meeresfrüchten zuständig.



Immobilien		Sonstige			METRO GROUP			
31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
663	671	648	5.765	5.822	5.667	108.016	105.704	104.564
						6.499	5.947	5.965
						796	767	783
						8.829	8.728	8.825
						11.650	11.581	11.203
						137	125	125
			10	10	10	9.253	9.014	9.050
						2	0	0
						4.849	4.689	4.756
						1.728	1.708	1.681
						2.159	1.925	1.850
			90	95	88	1.441	1.426	1.314
						10.064	9.241	9.050
						3	3	1
			100	105	98	57.410	55.159	54.603
						2.485	2.495	2.366
						1.856	1.844	1.780
6	7	5				1.367	1.443	1.213
						1.116	1.151	1.111
						712	705	655
412	411	435	128	118	128	21.041	21.159	20.335
0	1	0	559	519	654	11.690	11.813	6.622
374	326	392	822	802	637	29.227	26.610	23.380
						1.540	1.537	1.444
						1.387	1.375	1.341
						3.489	3.527	3.473
117	118	111	18	18	18	8.037	7.918	8.778
0	0	2	8	8	9	7.637	6.871	5.320
66	63	68				3.858	3.852	3.773
975	926	1.013	1.535	1.465	1.446	95.442	92.300	81.591
						469	510	447
0	0	13	524	535	490	11.305	10.165	11.345
			402	378	417	3.521	3.363	3.603
						1.011	994	1.069
						1.938	1.970	1.910
						0	0	34
						3.872	3.917	3.636
0	0	13	926	913	907	22.116	20.919	22.044
						5	5	3
975	926	1.026	2.561	2.483	2.451	174.973	168.383	158.241
1.638	1.597	1.674	8.326	8.305	8.118	282.989	274.087	262.805

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten  
 auf Vollzeitbasis zum Stichtag<sup>1</sup>

	METRO Cash & Carry			Media-Saturn			Real			Galeria Kaufhof		
	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Deutschland</b>	<b>13.355</b>	<b>13.421</b>	<b>12.848</b>	<b>23.692</b>	<b>23.299</b>	<b>23.685</b>	<b>29.077</b>	<b>29.138</b>	<b>28.479</b>	<b>17.471</b>	<b>16.457</b>	<b>16.286</b>
Belgien	2.939	2.696	2.705	1.434	1.338	1.419				1.042	980	977
Dänemark	526	513	518	28	29	28						
Frankreich	8.465	8.354	8.448	13	13	17						
Italien	4.140	4.083	3.893	6.422	6.164	6.029						
Luxemburg				131	120	120						
Niederlande	2.713	2.703	2.772	2.556	2.539	2.450						
Norwegen				2	5	0						
Österreich	1.877	1.855	1.878	2.375	2.293	2.305						
Portugal	1.153	1.141	1.132	485	479	463						
Schweden				1.642	1.422	1.320						
Schweiz				1.205	1.203	1.085						
Spanien	3.634	3.498	3.481	5.141	4.622	4.389						
Vereinigtes Königreich				3	3	1						
<b>Westeuropa (ohne D)</b>	<b>25.448</b>	<b>24.842</b>	<b>24.826</b>	<b>21.437</b>	<b>20.227</b>	<b>19.624</b>				<b>1.042</b>	<b>980</b>	<b>977</b>
Bulgarien	2.429	2.421	2.338									
Griechenland	955	993	920	723	684	693						
Kasachstan	1.361	1.436	1.208									
Kroatien	1.101	1.131	1.093									
Moldawien	712	705	655									
Polen	6.106	6.320	5.728	4.736	4.571	4.646	8.511	8.566	8.314			
Rumänien	5.424	5.469	5.311				5.622	5.745	638			
Russland	19.055	17.142	16.353	4.198	3.681	4.105	4.404	4.295	271			
Serbien	1.540	1.537	1.444									
Slowakei	1.378	1.367	1.332									
Tschechien	3.332	3.378	3.313									
Türkei	4.405	4.359	4.310	1.728	1.602	2.403	1.611	1.653	1.636			
Ukraine	6.294	6.087	5.065				840	507	0			
Ungarn	2.528	2.539	2.545	1.115	1.114	1.060						
<b>Osteuropa</b>	<b>56.619</b>	<b>54.885</b>	<b>51.613</b>	<b>12.501</b>	<b>11.652</b>	<b>12.906</b>	<b>20.989</b>	<b>20.766</b>	<b>10.859</b>			
Ägypten	469	510	446									
China	9.943	8.829	10.724	786	789	18						
Indien	3.108	2.973	3.167									
Japan	727	734	755									
Pakistan	1.889	1.939	1.910									
Singapur <sup>2</sup>	0	0	33									
Vietnam	3.770	3.819	3.560									
<b>Asien/Afrika</b>	<b>19.905</b>	<b>18.804</b>	<b>20.595</b>	<b>786</b>	<b>789</b>	<b>18</b>						
<b>USA<sup>3</sup></b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>									
<b>International</b>	<b>101.976</b>	<b>98.535</b>	<b>97.037</b>	<b>34.724</b>	<b>32.669</b>	<b>32.548</b>	<b>20.989</b>	<b>20.766</b>	<b>10.859</b>	<b>1.042</b>	<b>980</b>	<b>977</b>
<b>METRO GROUP</b>	<b>115.331</b>	<b>111.956</b>	<b>109.885</b>	<b>58.416</b>	<b>55.967</b>	<b>56.234</b>	<b>50.065</b>	<b>49.904</b>	<b>39.337</b>	<b>18.513</b>	<b>17.438</b>	<b>17.263</b>

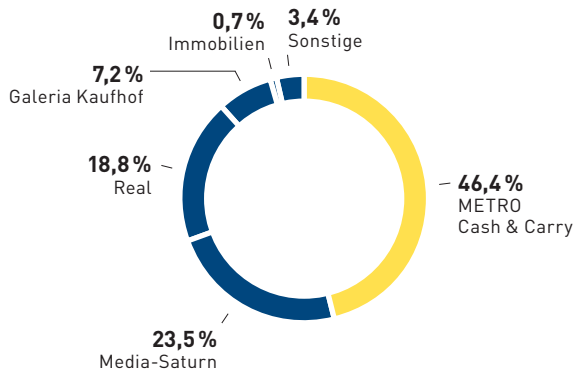
<sup>1</sup> Rundungsdifferenzen möglich

<sup>2</sup> Beschäftigte in Singapur sind Mitarbeiter von Verwaltungsgesellschaften

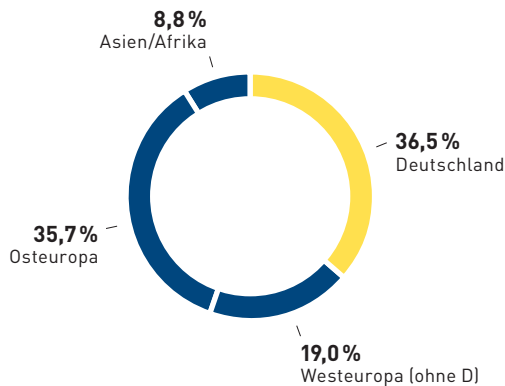
<sup>3</sup> Beschäftigte in den USA sind Mitarbeiter des Boston Trading Office (BTO). Das Einkaufsbüro ist für die Beschaffung von Meeresfrüchten zuständig

Immobilien			Sonstige			METRO GROUP		
31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
624	630	607	5.701	5.767	5.607	89.920	88.711	87.513
						5.415	5.014	5.100
						554	542	546
						8.478	8.366	8.464
						10.562	10.247	9.922
						131	120	120
			9	9	10	5.278	5.251	5.232
						2	5	0
						4.252	4.149	4.183
						1.638	1.620	1.595
						1.642	1.422	1.320
			83	87	83	1.288	1.290	1.168
						8.775	8.120	7.870
						3	3	1
			92	96	93	48.018	46.146	45.520
						2.429	2.421	2.338
						1.678	1.677	1.613
1	1	1				1.362	1.437	1.209
						1.101	1.131	1.093
						712	705	655
411	410	434	121	111	122	19.886	19.978	19.243
0	1	0	559	519	654	11.605	11.735	6.603
369	319	392	808	790	637	28.835	26.227	21.758
						1.540	1.537	1.444
						1.378	1.367	1.332
						3.332	3.378	3.313
117	118	111	18	18	18	7.879	7.750	8.477
0	0	2	8	8	9	7.142	6.602	5.076
66	63	68				3.710	3.716	3.673
964	912	1.007	1.514	1.446	1.440	92.586	89.661	77.825
						469	510	446
0	0	10	518	530	484	11.247	10.148	11.236
			401	377	416	3.509	3.350	3.583
						727	734	755
						1.889	1.939	1.910
						0	0	33
						3.770	3.819	3.560
0	0	10	919	907	900	21.610	20.500	21.523
						4	4	3
964	912	1.017	2.525	2.449	2.432	162.219	156.310	144.870
1.588	1.542	1.625	8.225	8.215	8.039	252.138	245.021	232.383

Mitarbeiter nach Segmenten  
auf Vollzeitbasis



Mitarbeiter nach Regionen  
auf Vollzeitbasis



## Nachhaltige Personalpolitik

Die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens hängt in hohem Maße davon ab, dass wir flexibel und schnell auf sich verändernde Rahmenbedingungen und Kundenbedürfnisse reagieren. Innerhalb der METRO GROUP befähigen wir unsere Mitarbeiter deshalb dazu, die Erwartungen unserer Kunden optimal zu erfüllen. Indem wir unserer Verantwortung als Arbeitgeber nachkommen, begegnen wir gleichzeitig den Herausforderungen des demografischen Wandels: einem sinkenden Erwerbstätigenpotenzial, einem weltweit steigenden Durchschnittsalter der Arbeitnehmer sowie zunehmender Migration in Westeuropa. Im Wettbewerb um die besten Fach- und Führungskräfte verschafft uns unsere Personalpolitik wesentliche Vorteile.

Die Personalpolitik der METRO GROUP ist deshalb darauf ausgerichtet, qualifizierte Mitarbeiter langfristig an unser Unternehmen zu binden. Im Berichtszeitraum stieg die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit um 0,4 auf 9,1 Jahre. Die Fluktuationsrate betrug konzernweit 18,1 Prozent (9M 2012: 17,9 Prozent). In Deutschland ist die Fluktuationsrate weiter gesunken auf 7,7 Prozent (9M 2012: 8,1 Prozent).

Ein wichtiges Instrument, um die Zufriedenheit der Belegschaft und die Bindung an unser Unternehmen zu ermitteln, ist unsere globale Mitarbeiterbefragung, die wir in den Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist, sowie in der Hauptverwaltung regelmäßig durchführen. Im Rahmen des Folgeprozesses erhalten Führungskräfte einen fundierten Einblick in die Befragungsergebnisse, besprechen diese mit ihrem Team und erarbeiten Maßnahmen zur Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung. Im Berichtszeitraum hat die Erhebung bereits zum sechsten Mal stattgefunden. Um Mitarbeitern und Führungskräften den zugrunde liegenden Prozess zu erläutern und die Bedeutung der Befragung zu verdeutlichen, haben wir im Vorfeld begleitende Informationsunterlagen sowie spezielle Trainings und E-Learning-Module entwickelt. 89 Prozent der Mitarbeiter in den befragten Unternehmenseinheiten beteiligten sich. Das Ergebnis der Umfrage: Seit der letzten Befragung stieg der Zufriedenheitswert (Anzahl der engagierten Mitarbeiter) von 56 Prozent auf 66 Prozent und liegt damit 10 Prozentpunkte über dem Global Retail Average Benchmark von Aon Hewitt. Diese positive Entwicklung lässt sich unter anderem auf konzernweit etablierte Initiativen zurückführen, mit denen wir verstärkt den Umgang mit innovativen Ideen sowie die Wertschätzung und Anerkennung unserer Mitarbeiter fördern. Unsere dialogorientierte Unternehmenskultur und die offene, auf Vertrauen basierende Atmosphäre haben ebenfalls zur Verbesserung des Zufriedenheitswerts beigetragen.

## Führungskräfteentwicklung und Nachfolgeplanung

Innerhalb der METRO GROUP ist die systematische Führungskräfteentwicklung eine zentrale Aufgabe der Geschäftsführungen der Gesellschaften sowie der strategischen Management-Holding der 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 welchem Segment 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 86 Prozent.

### Individuelle Leistungsbeurteilung

Einmal im Jahr führen wir mit unseren Top-Führungskräften eine individuelle Leistungsbeurteilung im Rahmen des RESULTS & GROWTH-Prozesses durch. Ziel ist es, Fortschritte und Fähigkeiten besser einschätzen zu können und eine starke Feedback-Kultur zu etablieren, die einen Schwerpunkt auf individuelle Leistungen und Entwicklungen legt. Zu Beginn eines jeden Geschäftsjahres werden hierfür Prioritäten definiert, die die Richtung vorzugeben. Diese Schwerpunkte werden im Rahmen eines Halbjahresgesprächs erneut überprüft und gegebenenfalls angepasst. Zum Ende eines jeden Geschäftsjahres erfolgt dann die Leistungsbeurteilung inklusive eines Feedback-Gesprächs, das sowohl die Erreichung der Prioritäten als auch die Einhaltung der Führungsgrundsätze zum Inhalt hat. Für die weitaus überwiegende Zahl der weiteren Führungskräfte und Mitarbeiter werden in den verschiedenen Gesellschaften jährliche Leistungsbeurteilungen durchgeführt.

### Systematische Nachfolgeplanung

Im Rahmen des neu eingeführten Leadership Talent Review werden einmal im Jahr die Nachfolgeplanungen für unsere Kernpositionen besprochen. Dabei berücksichtigen wir die Kompetenzen, Fähigkeiten und Erfahrungen jedes potenziellen Nachfolgekandidaten und stellen diese den Anforderungsprofilen der Positionen gegenüber. Das Verfahren unterstützt unseren Führungskreis dabei, geeignete interne Kandidaten für Schlüsselpositionen frühzeitig zu identifizieren und zu fördern. In einem anschließenden Entwicklungsgespräch legen Mitarbeiter und Vorgesetzte gemeinsam die weiteren Entwicklungsschritte sowie zielgerichtete Maßnahmen fest. Das Leadership Talent Review ist damit nicht nur eine Nachfolgeplanung, sondern vielmehr ein systematischer und langfristig orientierter Entwicklungsprozess unserer Kandidaten im Hinblick auf die Top-Positionen in unserem Unternehmen.

### Programme für die Führungskräfteentwicklung

Der Führungskräfteentwicklung messen wir in allen unseren Gesellschaften eine hohe Bedeutung bei. Für die Entwicklung und Qualifizierung unserer bestehenden und angehenden Führungskräfte bei METRO Cash & Carry und der Hauptverwaltung haben wir im Berichtsjahr die drei neuen Programme „Impact“, „Connect“ und „Excellence“ entwickelt, die den unterschiedlichen Bedürfnissen der Teilnehmergruppen gerecht werden. Als Trainer fungieren zum einen unsere eigenen Top-Führungskräfte. Zum anderen stellen wir über internationale externe Partner und Experten sicher, dass Inhalte und Themen der Programme stets auf dem neuesten Stand der Forschung sind. Zu den externen Partnern gehören beispielsweise das Institut Européen d'Administration des Affaires (INSEAD) in Fontainebleau, Frankreich, sowie die London Business School, England. Im Berichtszeitraum haben insgesamt mehr als 100 angehende und bestehende Führungskräfte an diesen Programmen teilgenommen.

## Leistungsorientierte Vergütung der Top-Führungskräfte

Ende 2012 haben wir die Vergütungspolitik bezüglich unserer Top-Führungskräfte überprüft und mit unseren neuen Vergütungsprinzipien und Führungsgrundsätzen verknüpft. Unser neues Vergütungssystem PERFORM & REWARD beinhaltet eine feste monatliche Grundvergütung sowie variable Gehaltsanteile, deren Höhe zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung unseres Unternehmens abhängt. Zum anderen orientiert sich die Höhe der variablen Anteile an der individuellen Leistung der Führungskraft, Kundenmehrwert zu schaffen und die Führungsprinzipien unseres Unternehmens im Arbeitsalltag umzusetzen. Das neue System wurde mit dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 verbindlich eingeführt.

### Vergütungsprinzipien

Das Vergütungsmodell für die Top-Führungskräfte der METRO GROUP, die sogenannten Executives, beruht auf den folgenden vier Prinzipien:

- Fair und konsistent nach innen – vergleichbare Tätigkeiten innerhalb der METRO GROUP werden auch vergleichbar vergütet. Basis ist unser internes Bewertungssystem für Jobprofile (Grading).
- Leistungsdifferenziert – die Höhe der variablen Vergütung hängt von der wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens und dem jeweiligen Beitrag der Top-Führungskräfte ab. Indem wir die individuelle Leistung und Zielerreichung an eine variable Vergütung koppeln,

stärken wir das Verantwortungsgefühl der Top-Führungskräfte für den Gesamterfolg.

- Marktgerecht und angemessen – um eine wettbewerbsfähige Bezahlung anbieten zu können, prüfen wir regelmäßig das Vergütungsniveau vergleichbarer Unternehmen. Die Vergütung muss für uns dabei jedoch immer finanzierbar sein. Das heißt sie steht in Einklang mit der Ergebnisentwicklung der METRO GROUP.
- Förderung von vorbildlichem Führungsverhalten – der variable Vergütungsanteil orientiert sich auch daran, ob die Führungsgrundsätze der METRO GROUP im Arbeitsalltag umgesetzt werden und damit unsere Strategie unterstützt wird, Kundenmehrwert zu schaffen und operative Höchstleistung zu erzielen.

### Vergütungsbestandteile

Die Hauptelemente unseres Vergütungsmodells sind die Grundvergütung, die einjährige variable Vergütung (Short-Term Incentive) sowie die mehrjährige variable Vergütung (Long-Term Incentive). Darüber hinaus bietet die METRO GROUP eine betriebliche Altersversorgung für Top-Führungskräfte an, die eine beitragsorientierte und eine leistungsorientierte Komponente enthält. Die Finanzierung der beitragsorientierten Komponente erfolgt gemeinsam zu gleichen Anteilen durch die Führungskraft und das Unternehmen.

— Weitere Informationen zur Vergütung innerhalb der METRO GROUP sind in Kapitel 9 Vergütungsbericht enthalten.

## Aus- und Weiterbildung

Die Ausbildung von Mitarbeitern ist für uns essenziell, um unseren Bedarf an geeigneten Fachkräften zu decken. Mit einer Ausbildungsquote – einschließlich Praktikanten und Studenten – von 7,7 Prozent (9M 2012: 7,6 Prozent) zählen wir zu einem der großen Ausbilder in Deutschland. Aber auch in vielen anderen Ländern, in denen unsere Vertriebslinien aktiv sind, bieten wir jungen Menschen die Möglichkeit, den Berufseinstieg in die Handelswelt zu finden. Im Berichtszeitraum belief sich die Zahl der Auszubildenden in unserem Unternehmen auf weltweit 9.101. Sie ging damit um 0,5 Prozent zurück.

In Deutschland haben wir im Berichtszeitraum 2.351 Auszubildende neu eingestellt. Die Gesamtzahl unserer Auszubildenden betrug im Berichtszeitraum 7.248. Gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum stieg sie damit um 6,8 Prozent. In fast allen Vertriebslinien setzen wir auf eine bedarfsgerechte Ausbildung. Dies ermöglicht es uns, einem Großteil der Absolven-

ten am Ende der Ausbildung eine Übernahme anzubieten. Allerdings kann die jährlich wechselnde Bedarfsplanung auch zu schwankenden Zahlen bei den Auszubildenden führen. Im Berichtszeitraum haben 61,4 Prozent der Absolventen einen Anschlussvertrag erhalten. Wir profitieren dabei auch von der guten Leistung unserer Nachwuchskräfte, denn 94,9 Prozent der Prüflinge haben im Berichtsjahr ihre Ausbildung erfolgreich abschließen können. Die hohe Qualität unserer Ausbildung wird auch von externen Experten honoriert. Im Berichtsjahr hat etwa die Zeitschrift „Lebensmittel Praxis“ die besonderen Leistungen von drei Ausbildern von METRO Cash & Carry beziehungsweise Real ausgezeichnet.

Zusätzlich zu den 29 klassischen Ausbildungsberufen im Handel bieten wir jungen Menschen auch die Möglichkeit, ein duales Studium, insbesondere im Rahmen eines Bachelor-Studiengangs, aufzunehmen. Hierbei handelt es sich um ein Studium an einer Berufsakademie oder Fachhochschule kombiniert mit der praktischen Ausbildung an einem Standort der METRO GROUP. Wir bieten derzeit neun Studiengänge an verschiedenen Hochschulen in Deutschland an. Mit Beginn des Wintersemesters 2013/14 lag die Zahl der Studierenden bei 309.

Ein hohes Ausbildungsniveau zu sichern und den eigenen Nachwuchs zu fördern – diese Ziele stehen bei der Ausbildung in unseren Vertriebslinien an oberster Stelle. Ihr Anspruch ist es, nicht nur klassische Ausbildungsinhalte zu vermitteln. Nachwuchskräfte erhalten zudem die Möglichkeit, frühzeitig Verantwortung zu übernehmen und Engagement zu zeigen. Ein Beispiel hierfür ist das Projekt „Frisch vom Nachwuchs“ unserer Vertriebslinie Real: 20 bis 25 Auszubildende leiten hierbei für eine Woche eine Frischeabteilung mit den Bereichen Fleisch, Wurst und Käse. In dieser Zeit steuern sie den Verkauf und den Warenfluss selbstständig und sind für die hauseigene Produktion zuständig. Ein weiteres Beispiel der Vertriebslinie Real ist das Projekt „Handeln aus Verantwortung – Azubis zeigen wie“, in dessen Rahmen die Auszubildenden Aktionstage zum Themenfeld „Nachhaltigkeit“ in deutschlandweit rund 40 Real SB-Warenhäusern durchgeführt haben. „Lebensmittel Praxis“ hat das Projekt im September 2013 mit dem zweiten Platz im Wettbewerb „ECO-CARE“ in der Kategorie „Projekte“ ausgezeichnet.

### Kontinuierliche Weiterbildung

Die METRO GROUP hat sich zum Ziel gesetzt, das kontinuierliche Lernen ihrer Mitarbeiter zu fördern, um den aktuellen und künftigen Herausforderungen im Handel zu begegnen. Für die Konzeption und Durchführung unternehmensspezifischer Personalentwicklungsmaßnahmen ist beispielsweise für

METRO Cash & Carry der Bereich House of Learning verantwortlich. Dieser entwickelt umfassende Lernangebote für Schlüsselpositionen und unterstützt deren Einführung in allen Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist. Experten aus der Didaktik und international anerkannte Spezialisten aus dem Handel erarbeiten gemeinsam die modernen, zielgruppenorientierten Trainingslösungen. Der Fokus liegt dabei auf der Qualifizierung von Mitarbeitern sowie von Führungskräften aus den Bereichen Vertrieb, Außendienst, Einkauf, Marketing und Finanzen. Der Trainingscampus Royaumont bei Paris ermöglicht in Präsenzseminaren den internationalen Austausch und die Vernetzung der Teilnehmer.

Um Mitarbeitern aller Ebenen den Zugang zu Qualifizierungs- und Weiterbildungslösungen zu ermöglichen, bieten wir einen kombinierten Ansatz aus flexiblem computergestütztem Lernen (E-Learning) und Trainings. Im Berichtszeitraum wurden bei METRO Cash & Carry allein 50.596 Mitarbeiter per E-Training geschult und insgesamt 190.095 E-Training-Module absolviert. Wir setzen dabei auf den „Train-the-Trainer-Ansatz“: Mitarbeiter, die zentral entwickelte Qualifizierungsmaßnahmen bereits durchlaufen haben, leiten wir zusätzlich an, ihre Kolleginnen und Kollegen vor Ort zu schulen. Dieser Ansatz ermöglicht es uns, eine große Zahl von Mitarbeitern anzusprechen. Trainingsinhalte sind beispielsweise Warenkunde, Kundenorientierung, Verhandlungstechniken, Projektmanagement sowie Verhaltens- und Sozialkompetenz.

Auch die übrigen Vertriebslinien setzen Maßstäbe in der Weiterbildung. So haben beispielsweise bei Real mehr als 110 Mitarbeiter die Qualifizierungsmaßnahme „Fachkraft für Qualitätsbackwaren (IHK)“ erfolgreich abgeschlossen. Diese Zertifizierung ist die zweite Kooperation mit der IHK Düsseldorf. Bereits vor 2012 haben die Partner die Maßnahme „Fachkraft für Frischfleisch und Fischfeinkost (IHK)“ ins Leben gerufen. Inklusiv dem Berichtszeitraum haben daran bereits mehr als 240 Mitarbeiter von Real teilgenommen.

## Diversity Management

Die METRO GROUP gehört international zu den führenden Handelsunternehmen. Genauso vielfältig wie unsere Kunden, Märkte und Lieferanten sind auch unsere Mitarbeiter: Im Berichtsjahr waren Beschäftigte aus 170 Nationen für die METRO GROUP tätig. Auf den Führungsebenen 1 bis 3 – also Vorstand/Geschäftsführung, Bereichsleitung, Hauptabteilungs- beziehungsweise Abteilungsleitung sowie Marktleitung – arbeiten Manager aus 56 Nationen für unser Un-

ternehmen. Das Durchschnittsalter unserer Belegschaft betrug 38,3 Jahre (9M 2012: 38,0 Jahre). Gleichwohl ermöglichen wir auch älteren Arbeitnehmern den Zugang zur Arbeitswelt. Im Berichtszeitraum hat die METRO GROUP zum Beispiel in Deutschland 382 (9M 2012: 439) Mitarbeiter der Altersgruppe 50 plus eingestellt; international waren es 659 (9M 2012: 647) Beschäftigte. Der Anteil der Mitarbeiter dieser Altersgruppe an der Gesamtbelegschaft belief sich auf 19,1 Prozent (9M 2012: 18,1 Prozent). In Deutschland betrug ihr Anteil 33,3 Prozent (9M 2012: 30,3 Prozent).

Im Berichtsjahr beschäftigten wir bundesweit zudem 5.884 Menschen mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte. Damit liegt die Quote über der gesetzlich geforderten Mindestquote 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. Dieses ermöglicht benachteiligten Jugendlichen eine praktische Ausbildung.

Unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof beteiligt sich darüber hinaus seit 2013 am Projekt „InkA – Inklusive Ausbildung“, das vom UnternehmensForum initiiert wurde. Die Initiative hat zum Ziel, in den Ausbildungsjahren 2013 und 2014 jeweils 20 zusätzliche Ausbildungsplätze für schwerbehinderte Jugendliche in allen teilnehmenden Unternehmen zu schaffen.

Auch Real richtet seinen Fokus auf Jugendliche, die auf dem Arbeitsmarkt nicht sofort eine Ausbildungsstelle finden konnten beziehungsweise die noch nicht in vollem Umfang für eine Ausbildung geeignet, lernbeeinträchtigt oder sozial benachteiligt sind. Sie erhalten bei unserer Vertriebslinie die Möglichkeit, an der sogenannten betrieblichen Einstiegsqualifizierung (EQ) teilzunehmen. Dabei handelt es sich um eine bundesweite Maßnahme zur Berufsorientierung im Rahmen des Nationalen Pakts für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs. Dieser wurde durch die Agentur für Arbeit in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft und den Industrie-, Handels- und Handwerkskammern initiiert. In einem Zeitraum von sechs bis zwölf Monaten lernen die Jugendlichen Teile eines Ausbildungsberufs, einen Betrieb und das Berufsleben kennen. Die Einstiegsqualifizierung dient somit 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.



Die METRO GROUP bekennt sich klar dazu, die Vielfalt der Belegschaft weiter vorantreiben zu wollen. Bereits 2007 haben wir die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet – mit mehr als 1.600 Unterstützern eine der anerkanntesten Initiativen zu diesem Thema in Deutschland. Im vergangenen Jahr sind wir dem gleichnamigen Mitgliederverein beigetreten. Seit Januar 2013 ist die METRO GROUP zusammen mit vier weiteren Unternehmen und Institutionen im Vorstand des Charta der Vielfalt e. V. vertreten. Wir wollen Vorbild sein beim Thema Diversity Management, Aufmerksamkeit für dessen Bedeutung schaffen und weitere Unterstützer gewinnen.

### 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 freiwillig dazu verpflichtet, den Anteil von Frauen auf den Führungsebenen 1 bis 3 weiter auszubauen. Bis Ende 2013 streben wir einen Anteil von 20 Prozent an. Bis Ende 2015 soll der Anteil an Frauen in Führungspositionen 25 Prozent betragen. Diese Ziele berücksichtigen wir entsprechend im Rahmen unserer Rekrutierung und Nachfolgeplanung.

Der Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft belief sich im Berichtszeitraum auf 55,0 Prozent (9M 2012: 55,3 Prozent). In den Managementpositionen der Ebenen 1 bis 3 waren 18,5 Prozent der Führungskräfte weiblich (9M 2012: 19,6 Prozent). Dieser Rückgang lässt sich auf die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa zurückführen. Dort war der Anteil an Frauen in Führungspositionen im Vergleich zum Gesamtunternehmen überdurchschnittlich hoch.

Die beiden 2012 gegründeten Mitarbeiterinitiativen zu den Themenschwerpunkten „Frauen“ beziehungsweise „Gender“ sind im Berichtszeitraum zu dem gemeinsamen Netzwerk WiT – Women in Trade verschmolzen. Das Netzwerk ist offen für Interessierte beider Geschlechter und steht für eine nachhaltige Förderung und Entwicklung von Frauen innerhalb der METRO GROUP. Das Netzwerk möchte dazu beitragen, den Anteil von Frauen in Führungspositionen nachhaltig zu steigern, den internen und externen Dialog zu relevanten Fragestellungen zu fördern und durch Austausch bessere Rahmenbedingungen für Frauen im Konzern zu schaffen. Durch Themensetting, zielgruppenspezifische Veranstaltungsformate und den Aufbau eines Mentoring-Programms fördert WiT die interne Vernetzung der Mitarbeiter. Das Netzwerk ist international ausgerichtet und wendet sich an Kolleginnen und Kollegen aus allen Ländern.

### Beruf und Familie

Für den Ausbau der Vielfalt innerhalb der METRO GROUP sind Maßnahmen im Hinblick auf eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben unerlässlich.

Unsere Konzernzentrale in Düsseldorf stellt seit Februar 2012 insgesamt drei Kindertagesstätten mit 238 Vollzeitbetreuungsplätzen für Kinder ab vier Monaten bis zum Schuleintrittsalter zur Verfügung. Eine Besonderheit der „METRO-Sternchen“ ist das bilinguale Konzept: Die Kinder werden in deutscher und englischer Sprache betreut. Auch im Berichtszeitraum haben wir in unserer Konzernzentrale wieder ein Ferienbetreuungsprogramm angeboten, an dem mehr als 106 Kinder von Mitarbeitern teilgenommen haben.

Die Teilzeitquote der METRO GROUP ist gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum auf 27,9 Prozent (9M 2012: 27,5 Prozent) leicht gestiegen. In Deutschland arbeiteten 44,6 Prozent unserer Mitarbeiter in Teilzeit (9M 2012: 44,3 Prozent).

Als Unternehmen ist es für uns von hoher Bedeutung, das Potenzial unserer erfahrenen älteren Mitarbeiter gezielt zu nutzen. Um älteren Mitarbeitern darüber hinaus den Übergang in den Ruhestand zu erleichtern, hat unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof in Kooperation mit dem Centrum zur nachberuflichen Orientierung Ceno e.V., Köln, Anfang 2013 ein Pilotprojekt gestartet. Im Rahmen einer Veranstaltung informierten die Kooperationspartner die Beschäftigten der Hauptverwaltung in Köln und der Filiale in Köln-Nippes über Möglichkeiten, ihre beruflichen Erfahrungen im Rahmen von ehrenamtlichen Tätigkeiten zu nutzen und weiterzugeben.

Im Juli 2013 wurde außerdem Media-Saturn am Unternehmenshauptsitz in Ingolstadt im Rahmen des Audits „berufundfamilie“ von der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung zum zweiten Mal nach 2010 als familienfreundliches Unternehmen zertifiziert.

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement

Der Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter messen wir hohe Bedeutung bei. Deshalb ergreifen wir Maßnahmen, um potenziellen Unfällen und gesundheitlichen Schädigungen vorzubeugen, die mit dem Arbeitsablauf zusammenhängen oder sich im Arbeitsalltag ereignen können. Die 1.000-Mann-Quote für die deutschen METRO GROUP

Gesellschaften liegt für das Jahr 2012 bei 23,11. Das bedeutet, pro 1.000 Mitarbeiter auf Vollzeitbasis gab es 23,11 Unfälle. Um eine international einheitliche Bewertung für Arbeitssicherheit innerhalb der METRO GROUP sicherzustellen, erarbeiten wir derzeit eine konzernweit gültige einheitliche Definition.

Ein wesentliches Ziel unseres Gesundheitsmanagements ist es, den steigenden Anforderungen im Berufsleben und der demografischen Entwicklung gerecht zu werden. Mit Angeboten wie beispielsweise Rückenschulen, Fitnesskursen, Betriebssport, Ernährungs- und Ergonomie-Beratungen sowie Trainings zur Stressprävention unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, ihre körperliche und geistige Leistungsfähigkeit über ihr gesamtes Erwerbsleben hinweg aufrechtzuerhalten.

Wir setzen bei den Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement auf die Eigenverantwortung aller METRO GROUP Gesellschaften. Sie sind für die Einhaltung von Arbeitsschutzgesetzen und konzernweit geltenden Standards sowie für die Umsetzung eigener Projekte zuständig. Den gesellschafts- und länderübergreifenden Informationsaustausch stellt die METRO AG sicher. Mit diesem Ansatz verfolgen wir zwei Ziele: Zum einen wollen wir Zeit- und Kosten sparen, indem wir Informationen über vorbildliche Projekte konzernweit zur Verfügung stellen. Nur wenn alle Verantwortlichen wissen, was ihre Kollegen im In- und Ausland planen und an welchen Projekten sie arbeiten, lassen sich Ressourcen effizient einsetzen. Zum anderen streben wir danach, durch gezielten Wissenstransfer ein international hohes Niveau bei den Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement zu erreichen. Zu unseren Projekten gehört unter anderem die Erstellung von Online-Trainings: Wir übersetzen beispielhafte Trainings aus den Landesorganisationen ins Englische und stellen sie allen Gesellschaften zur Verfügung. Länder, deren Arbeitsschutzsysteme sich noch im Aufbau befinden, werden so mit qualitativ hochwertigen Werkzeugen und Informationen ausgestattet.

Um die Arbeitssicherheit konsequent zu verbessern und die Gesundheit der Beschäftigten gezielt zu fördern, engagieren sich unsere Vertriebslinien darüber hinaus in eigenen Projekten. Galeria Kaufhof hat beispielsweise einen weiteren Schritt hin zur Unterstützung der Führungskräfte und Mitarbeiter unternommen. Im September 2013 verteilte die Vertriebslinie den Praxisordner „Kein Stress mit dem Stress“ an alle Filialen und Fachbereiche. Das Informationsmaterial wird von der Initiative Neue Qualität der Arbeit herausgegeben und richtet

sich speziell an Führungskräfte. Es enthält viele konkrete Hilfen für die tägliche Arbeit und gibt praktische Tipps für ein gesundes Führen. Als Apell an die Eigenverantwortung bei diesem Thema erhielten zudem alle Mitarbeiter eine Broschüre mit Tipps, Checklisten und Tagebücher zur praktischen Umsetzung der Maßnahmen im Arbeitsalltag.

## Wandel der Unternehmenskulturen

Im Rahmen ihrer Strategie hat sich die METRO GROUP zum Ziel gesetzt, den Mehrwert für ihre Kunden deutlich zu steigern. Dies setzt voraus, dass unsere Mitarbeiter die Strategie kennen, verstehen, mittragen und die Möglichkeit erhalten, sie in der Praxis umzusetzen. Dazu bedarf es einer Anpassung der Unternehmenskulturen innerhalb der Vertriebslinien.

Im Berichtsjahr hat insbesondere METRO Cash & Carry, die größte Vertriebslinie der METRO GROUP, einen umfassenden Prozess des kulturellen Wandels angestoßen. Im Rahmen von Managementkonferenzen hatte der Führungskreis bereits 2012 neue Führungsgrundsätze (Guiding Principles) für alle Mitarbeiter und leitenden Angestellten entwickelt. Im Einzelnen sind dies:

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

Diese Führungsgrundsätze wurden im Berichtsjahr zunächst konsequent in Personalprogramme und -prozesse integriert, die im Rahmen der Mitarbeiterentwicklung durchgeführt wurden. Auf diese Weise unterstützen wir signifikant die Neuausrichtung des Unternehmens mit dem Ziel, eine Unternehmenskultur zu etablieren, die geprägt ist von gegenseitiger Unterstützung, Verantwortung jedes Einzelnen und persönlichem Wachstum. Darüber hinaus haben sich bei METRO Cash & Carry im Rahmen einer Workshop-Serie, der „Leadership for Growth“-Workshops, bereits rund 26.000 Mitarbeiter und Führungskräfte aus 22 Ländern über den Kulturwandel ausgetauscht. Mittelfristig wird die Vertriebslinie alle Mitarbeiter in diesen Prozess einbeziehen – angefangen bei den Führungsebenen 1 bis 3 bis hin zu den Mitarbeitern in den Märkten und Verwaltungen. Dies ist eine signifikante Investition in die Führungsfähigkeit aller Mitarbeiter bei METRO Cash & Carry.

Diese Workshops bilden den ersten Abschnitt des langfristig angelegten Veränderungsprozesses. Denn wir sind als Unternehmen überzeugt davon, dass das Führungsverhalten der ausschlaggebende Faktor für die Weiterentwicklung ist. Wirtschaftliches Wachstum ist eng verknüpft mit dem persönlichen und beruflichen Wachstum der Mitarbeiter. Ziel von „Leadership for Growth“ ist demnach, die Fähigkeit jedes einzelnen Mitarbeiters zur Selbstführung zu erhöhen, um damit die notwendige Voraussetzung für den gewünschten kulturellen Wandel zu schaffen.

Auch die übrigen Vertriebslinien arbeiten gezielt daran, den Wandel ihrer Unternehmenskulturen voranzutreiben und zu gestalten. So entwickelt sich Real von einem vormals mehr zentral gesteuerten Unternehmen hin zu einem Unternehmen, dessen Strukturen stärker dezentralisiert und näher am Kunden ausgerichtet sind.

## Personalmarketing

Im Wettbewerb um die besten Fach- und Führungskräfte setzen wir auf Maßnahmen, die unsere Außenwahrnehmung bei potenziellen Bewerbern verbessern. Um eine gezielte Ansprache von verschiedenen Zielgruppen zu ermöglichen, haben wir im Berichtszeitraum unterschiedliche Maßnahmen umgesetzt, mit denen wir das Profil unserer Arbeitgebermarke am Bewerbermarkt schärfen und die METRO GROUP bei relevanten Zielgruppen positionieren.

Auf zentraler Ebene kooperieren wir mit ausgewählten Universitäten, Fachhochschulen und Studentenorganisationen, um den Führungskräftenachwuchs von morgen anzusprechen. So unterstützen wir zum Beispiel die internationale Vereinigung Enactus, in der sich weltweit rund 60.000 Studenten organisieren. Mit finanziellen und ideellen Fördermaßnahmen beteiligen wir uns am Förderprogramm „Accounting Talents“ der Universität Münster, das Spitzenleistungen von Studenten in den Fachgebieten Rechnungswesen und Controlling auszeichnet. Zudem ist die METRO GROUP auf unterschiedlichen Karriere-messen vertreten, um Studenten und Absolventen über unser Unternehmen und die vielfältigen Ein- und Aufstiegsmöglichkeiten zu informieren.

Den direkten Austausch mit Studenten und Absolventen sucht die METRO GROUP seit 2012 auch über eine Kooperation mit dem Karrierenetzwerk „careerloft“. So vermitteln wir den Fördermitgliedern Praktikums- und Jobangebote, Mentoren aus unserem Unternehmen und bieten exklusive Veranstaltungen in Kooperation mit unseren Vertriebslinien an. Beispielhaft zu nennen ist in diesem Zusammenhang der METRO Cash & Carry Experience Day im Juli 2013. Ausgewählte Studierende erhielten intensive Einblicke in die Welt der Vertriebslinie METRO Cash & Carry. Der Experience Day bestand aus einer Unternehmenspräsentation, Speeddating-Gesprächen und einer unternehmensspezifischen Fallstudie. Eine Führung durch den Düsseldorfer Großmarkt rundete den Tag ab.

Seit dem Berichtsjahr 2013 ist die METRO GROUP zudem mit einem Unternehmensprofil im sozialen Netzwerk XING vertreten. Die bislang 1.418 Mitglieder werden dort ständig über Neuigkeiten aus dem Konzern und aktuelle Jobangebote informiert.

Unser Personalmarketing ist von einer hohen Zielgruppenorientierung geprägt. Daher übertragen wir die Verantwortung für die Umsetzung von Personalmarketingmaßnahmen an unsere Vertriebslinien und Querschnittsgesellschaften. Diese kennen ihre Zielgruppen und deren Bedürfnisse am besten und können sie mit geeigneten Maßnahmen ansprechen. Hierbei unterstützen wir sie, indem wir einen gesellschafts- und länderübergreifenden Informationsaustausch sicherstellen. So informieren sich beispielsweise die Verantwortlichen aus den Ländern und aus den einzelnen Vertriebslinien regelmäßig gegenseitig über aktuelle Projekte und mögliche Synergien.

Ein Beispiel für das Personalmarketing unserer Vertriebslinien sind die Informationsveranstaltungen zur Berufswahl, die Real an Schulen anbietet. Die Vertriebslinie beteiligt sich außerdem an nationalen Aktionstagen wie dem „Girls' Day“ und dem „Boys' Day“: Im Berichtsjahr 2013 blickten rund 450 Jugendliche einen Tag lang hinter die Kulissen des Unternehmens und machten sich ein Bild von den verschiedenen Ausbildungsmöglichkeiten. Zur Nachwuchsgewinnung setzt Real auf zahlreiche weitere Kanäle, darunter bundesweite Radiospots, Ausbildungsinformationen auf Eigenmarken oder Beiträge auf der Facebook-Seite der Vertriebslinie. Auch Media-Saturn nahm im Berichtsjahr erneut am „Girls' Day“ teil. Die Unternehmensgruppe informierte insbesondere über die interessanten und herausfordernden technischen Berufe im Bereich der Informationstechnologie (IT). Galeria Kaufhof wiederum gestaltete den Girls' und Boys' Day zum dritten Mal als Familientag für Kinder

und Enkel von Mitarbeitern und deren Freunde und drückt damit gleichzeitig Wertschätzung gegenüber Mitarbeitern mit Familie aus.

Darüber hinaus hat Galeria Kaufhof seine Karriereseite im Internet komplett überarbeitet und lässt Mitarbeiter hier nun selbst zu Wort kommen – in Videos, handschriftlichen Statements und Erfahrungsberichten. Die Karrierewebsite ist auch als mobile Variante mit weniger Inhalten verfügbar.

#### **Beliebter Arbeitgeber**

Unabhängige Rankings bestätigen die Attraktivität der METRO GROUP als Arbeitgeber im In- und Ausland. So zeigt etwa die Umfrage des europäischen Forschungsinstituts trendence unter europäischen Studierenden, dass unser Unternehmen zu den 100 attraktivsten Arbeitgebern Europas zählt (Platz 75). Auch auf Ebene der Ländergesellschaften wird die Personalpolitik unseres Unternehmens honoriert. So haben beispielsweise MAKRO Cash & Carry Belgien sowie MAKRO Cash & Carry Spanien im Berichtsjahr erneut das Arbeitgebersiegel Top Employer erhalten.

## 7. Innovationsmanagement

Als Handelsunternehmen stellt die METRO GROUP keine eigenen Produkte her und betreibt folglich keine Forschung und Entwicklung im engeren Sinn.

Nichtsdestotrotz stehen wir vor der Herausforderung, dass sich das Einkaufsverhalten von Verbrauchern und Gewerbetreibenden strukturell verändert. Zentrale Treiber sind die zunehmende Digitalisierung sowie die steigende Mobilität der Gesellschaft. Davon betroffen ist nicht nur das Kaufverhalten, sondern auch die Art und Weise, wie sich Kunden über Produkte, Dienstleistungen und Angebote informieren und wie sie diesbezüglich kommunizieren. Vor diesem Hintergrund – und um den sich wandelnden Erwartungen der Kunden an uns auch künftig gerecht zu werden – haben wir Business Innovation als ein zentrales Themenfeld für unser Unternehmen definiert. Ziel ist es erstens, die Relevanz unserer bestehenden Vertriebskonzepte für Verbraucher und Gewerbetreibende dauerhaft zu gewährleisten und den Mehrwert für die Kunden beständig zu steigern. Ein Beispiel hierfür ist der Belieferungsservice von METRO Cash & Carry. Zweitens wollen wir in diesem Kontext auch neue Vertriebskonzepte etablieren. Dazu zählt etwa der reine Internetvertrieb über die Vertriebsmarke Redcoon, die Media-Saturn im Berichtszeitraum zu 100 Prozent übernommen hat.

— Weitere Beispiele für innovative Angebote und Dienstleistungen unserer Vertriebslinien sind im Kapitel „Strategische Ausrichtung der METRO GROUP“ auf den Seiten 36 bis 49 beschrieben.

### Business Innovation: Fokus und Organisation

Um ein effektives Innovationsmanagement sicherzustellen, analysieren und bewerten wir laufend aktuelle Trends im Handel und in darüber hinausgehenden Bereichen, identifizieren zukunftsweisende Entwicklungen und schätzen ab, inwieweit wir mit neuen Technologien, Prozessen oder Konzepten den Mehrwert für Kunden erhöhen und unsere Prozesse effizienter gestalten beziehungsweise unser Unternehmen nachhaltiger ausrichten können. Im Rahmen unserer Business-Innovation-Aktivitäten konzentrieren wir uns darauf,

- uns mit innovativen Partnern zu vernetzen, um externes Know-how und neue Kompetenzen für die METRO GROUP zu erschließen;
- eigene Projekte und Initiativen innerhalb der METRO GROUP zu starten;

- Innovationschwerpunkte zu definieren, die relevant für heutige und künftige Kunden sind und uns somit weiteres Wachstum ermöglichen;
- die Innovationskraft der METRO GROUP zu steigern, um neue Ideen systematisch und schneller als bislang in praxisgerechte Konzepte zu überführen.

### Vernetzung mit externen Partnern

Ein Beispiel für die beschriebene Vernetzung mit externen Partnern ist die 2002 gegründete METRO GROUP Future Store Initiative. In diesem Zusammenschluss sind derzeit knapp 70 Unternehmen beziehungsweise Organisationen aus der Konsumgüterindustrie, der Informations- und Kommunikationswirtschaft, dem Dienstleistungssektor sowie aus der Wissenschaft vertreten. Gemeinsam testen die Partner innovative Lösungen für die Herausforderungen im operativen Geschäft.

Im Berichtszeitraum haben wir darüber hinaus damit begonnen, eine weltweit einzigartige Initiative für Rückverfolgbarkeitslösungen bei frischen Lebensmitteln zu etablieren. Wir kooperieren dabei mit GS1, einem Dienstleister für globale Standards zur Verbesserung von Wertschöpfungsketten. Den Anfang haben wir im Frühjahr 2013 mit einem Pilotprojekt in der Warengruppe Frischfisch gemacht. Die Verwendung weltweit gültiger Standards von GS1 ermöglicht eine breite Anwendbarkeit über Händler, Produktkategorien und Ländergrenzen hinweg. Dabei wird die Informationsversorgung der Geschäftspartner entlang der Prozesskette bis zum Endkunden durch eine dezentrale Datenhaltung und eine zentral verfügbare Datensuche etabliert.

### Projekte und Initiativen

Im Bereich der Radiofrequenz-Identifikation (RFID), deren Potenzial wir bereits frühzeitig erkannt haben, hat Media Markt in Russland im November 2013 mehrere Anwendungen in einem Pilotmarkt in Moskau eingeführt. Neben Anwendungsfällen zur Optimierung des Sortiments und zur Erhöhung der Produktivität, wird auch die Möglichkeit getestet, dem Kunden durch den Einsatz dieser Technologie direkt ein besseres Einkaufserlebnis zu sichern. Hierzu werden CDs, DVDs, und Blu-Ray Discs direkt im Zentrallager mit RFID-Transpondern versehen. Im Markt kann der Kunde an dort bereitgestellten Terminals nicht nur die Titel anspielen, sondern bekommt auch die aktuelle Position des Mediums

angezeigt. Hierdurch kann er schnell und unkompliziert den gewünschten Artikel finden.

Die xplace GmbH ist seit 2012 mehrheitlich Teil der METRO GROUP. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Entwicklung und Vermarktung multimedialer Kundeninformations- und Kundenbindungssysteme für den Einzelhandel. Diese kommen zum Beispiel auf digitalen Displays und an sogenannten Kiosk-Terminals in den Einkaufsstätten zum Einsatz. Neben der Soft- und Hardware liefert und pflegt xplace auch die digitalen Inhalte. Bereits seit 2008 stattet das Unternehmen Standorte von Media Markt und Saturn mit Instore-Lösungen zur Verkaufsförderung aus, mittlerweile arbeitet Media-Saturn in 14 Ländern mit Lösungen der xplace GmbH. Dazu zählen beispielsweise Touchscreen-Entertainment-Terminals mit Barcode-Scanner, Druckerpatronen-Terminals und Instore-TV. Geplant ist, insbesondere das Instore-TV auch an Standorten in weiteren europäischen Ländern einzuführen. Die METRO GROUP sichert sich mit der Investition in xplace nicht nur die Teilhabe an der geschäftlichen Entwicklung und die langfristige strategische Partnerschaft mit dem Unternehmen. Wir profitieren darüber hinaus auch von dem direkten Zugang zum technischen Know-how und zu den künftigen Innovationen der xplace GmbH.

Für sämtliche unserer Vertriebslinien hat das Thema mobiler Einkauf mittlerweile eine strategische Bedeutung. Innovationen in diesem Bereich treibt unter anderem das in Köln ansässige Unternehmen MobiLab Solutions voran, an dem die METRO GROUP beteiligt ist. MobiLab Solutions ist einer der führenden Anbieter von Softwarelösungen für das mobile Bestellen und Bezahlen per Smartphone. Zu den Kernprodukten des Unternehmens gehört der Mobile-Payment-Service, der Kunden beim mobilen Einkaufen mehrere Zahlungsmöglichkeiten und -methoden bietet. Die Anwendungen von MobiLab Solutions könnten somit beim künftigen Ausbau der Einkaufsmöglichkeiten per Smartphone oder Tablet-PC in unseren Vertriebslinien eine wichtige Rolle spielen. Zusätzlich zu MobiLabs haben wir im Berichtszeitraum die Gründung einer händlerübergreifenden Initiative zum Aufbau eines händlerereignen Zahlensystems in Deutschland unterstützt.

Einen weiteren Meilenstein zur Stärkung der Vernetzungsbemühungen der METRO GROUP stellt die seit Dezember 2012 wirksame Beteiligung an dem High-Tech Gründerfonds II dar. Dieser Fonds finanziert bereits in der zweiten Generation seit 2005 junge Technologieunternehmen. Von

der Zusammenarbeit mit dem Fonds versprechen wir uns die frühzeitige Identifikation von relevanten Marktentwicklungen und den direkten Zugang zu innovativen Unternehmen.

## Definition von Innovationsschwerpunkten

Für Kunden ist es beim Einkauf heute selbstverständlich, zwischen unterschiedlichen Vertriebskanälen – stationär und online – wählen zu können. Aus Sicht der METRO GROUP wird das operative Handelsgeschäft dabei insbesondere durch die zunehmende Verlagerung von Informations- und Kommunikationsprozessen ins Internet beeinflusst. Konkret: Angebote von Händlern lassen sich heute schnell und unkompliziert vergleichen. Diese hohe Transparenz erschwert es den Unternehmen, einzigartige Positionierungsmerkmale wie die größte Auswahl oder den günstigsten Preis dauerhaft aufrechtzuerhalten. Die steigende Verbreitung von Geräten, mit denen ein mobiler Zugriff auf das Internet möglich ist, beschleunigt diese Entwicklung noch.

Im Rahmen der Business-Innovation-Aktivitäten treiben wir deshalb die Verzahnung des stationären Geschäfts mit unseren Online-Shops und mobilen Angeboten weiter voran, um damit die Wettbewerbsfähigkeit unserer Gesellschaften langfristig zu sichern. Der sogenannte No-Line-Handel ist das Ziel: Das heißt, wir wollen die optimale Vernetzung aller Vertriebskanäle, um ein Einkaufserlebnis zu schaffen, das über alle Berührungspunkte zum Kunden hinweg konsistent ist und das Vertrauen in unsere Vertriebsmarken stärkt. Weitere Schwerpunkte sind Marketing und Logistik.

## Steigerung der Innovationskraft

Organisatorisch ist das Thema Business Innovation seit April 2013 mit dem neu geschaffenen Zuständigkeitsbereich „Business Innovation“ unmittelbar im Vorstand der METRO AG verankert. Innerhalb der Konzern-Holding arbeiten spezialisierte Teams daran, Trends zu identifizieren und zu bewerten sowie neue Ideen unter angemessenem Mitteleinsatz in Zusammenarbeit mit den Vertriebslinien in der Praxis zu testen und ihre Marktreife zu ermitteln. Erfolgreiche Ideen werden anschließend unter Leitung einer unserer Vertriebslinien großflächig eingeführt.

## Forschung und Entwicklung der METRO GROUP in Zahlen

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurden bei der METRO GROUP Entwicklungskosten für immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 67 Mio. € (9M 2012: 67 Mio. €) aktiviert. Des Weiteren fielen 32 Mio. € (9M 2012: 33 Mio. €) Forschungs- und nicht aktivierungsfähige Entwicklungskosten an. Die Aktivierungsquote beträgt 68,1 Prozent (9M 2012: 66,7 Prozent). Auf aktivierte Entwicklungskosten wurden Abschreibungen in Höhe von 71 Mio. € (9M 2012: 78 Mio. €) erfasst.



## 8. Nachhaltigkeitsmanagement

Verantwortliches Wirtschaften ist langfristig nur möglich, wenn wir uns den gesellschaftlichen Anforderungen an unser Unternehmen stellen und die Grenzen berücksichtigen, die uns die Umwelt vorgibt. Von diesem Prinzip der Nachhaltigkeit sind wir fest überzeugt.

### Unser Verständnis von Nachhaltigkeit

Wir handeln heute für morgen – aus Verantwortung. Diese Maxime bildet den Kern unserer Geschäftstätigkeit und die Basis für unseren langfristigen Erfolg. Um zu entscheiden, wie wir handeln und unsere Ressourcen am wertbringendsten

einsetzen können, messen wir diesen Erfolg dabei nicht nur an ökonomischen Ergebnissen, sondern auch an ökologischen und sozialen Werten. Solche Werte entstehen, wenn wir über gesetzliche Anforderungen hinaus einen positiven Beitrag zur gesellschaftlichen und ökologischen Entwicklung leisten und so die positiven Wirkungen unseres Handelns verstärken. Dieses Grundverständnis unternehmerisch verantwortlichen Wirtschaftens spiegelt sich auch in unserer Nachhaltigkeitsvision wider: METRO GROUP. Wir bieten Lebensqualität.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 haben wir für jeden Aspekt, den wir in unserer Nachhaltigkeitsvision benennen, strategische Zielvorgaben definiert. Auf diese Weise konkretisieren wir unsere Vision, machen unsere unternehmerischen Leistungen messbar und schaffen die Grundlagen für unsere künftige Geschäftstätigkeit.

#### Wir bieten Lebensqualität ...

#### Weil wir im Handeln nachhaltiger werden, ...

... 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.

... arbeiten wir an einer verantwortlichen Produkt- und Sortimentsgestaltung.

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.

... für unsere Mitarbeiter, ...

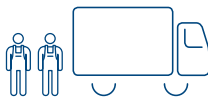


... indem wir sie jederzeit respektieren, schützen, fördern und vertrauensvolle Beziehungen zu ihnen aufbauen. So gestalten wir ein attraktives Arbeitsumfeld.

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

Bis 2016 ist Nachhaltigkeit in alle (wesentlichen) Geschäftsprozesse integriert. Über Kampagnen wird das Bewusstsein unserer Mitarbeiter in Bezug auf nachhaltiges Verhalten geschärft. Trainingsmaßnahmen zur unternehmerischen Verantwortung werden entwickelt und allen Mitarbeitern angeboten worden sein.

... 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.

... setzen wir uns für menschenwürdige Arbeitsbedingungen ein.

Erfassung aller Nicht-Lebensmittel-Eigenmarken-Lieferanten<sup>1</sup> in ein BSCI- oder äquivalentes Sozialstandardsystem bis Ende 2014, sofern das Produkt in einem Risikoland hergestellt wurde (Definition Risikoland nach BSCI).

... für die Gesellschaft, ...



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

... arbeiten wir durch unser kontinuierliches Engagement und im vertrauensvollen Dialog mit unseren Stakeholdern an der Lösung globaler Herausforderungen.

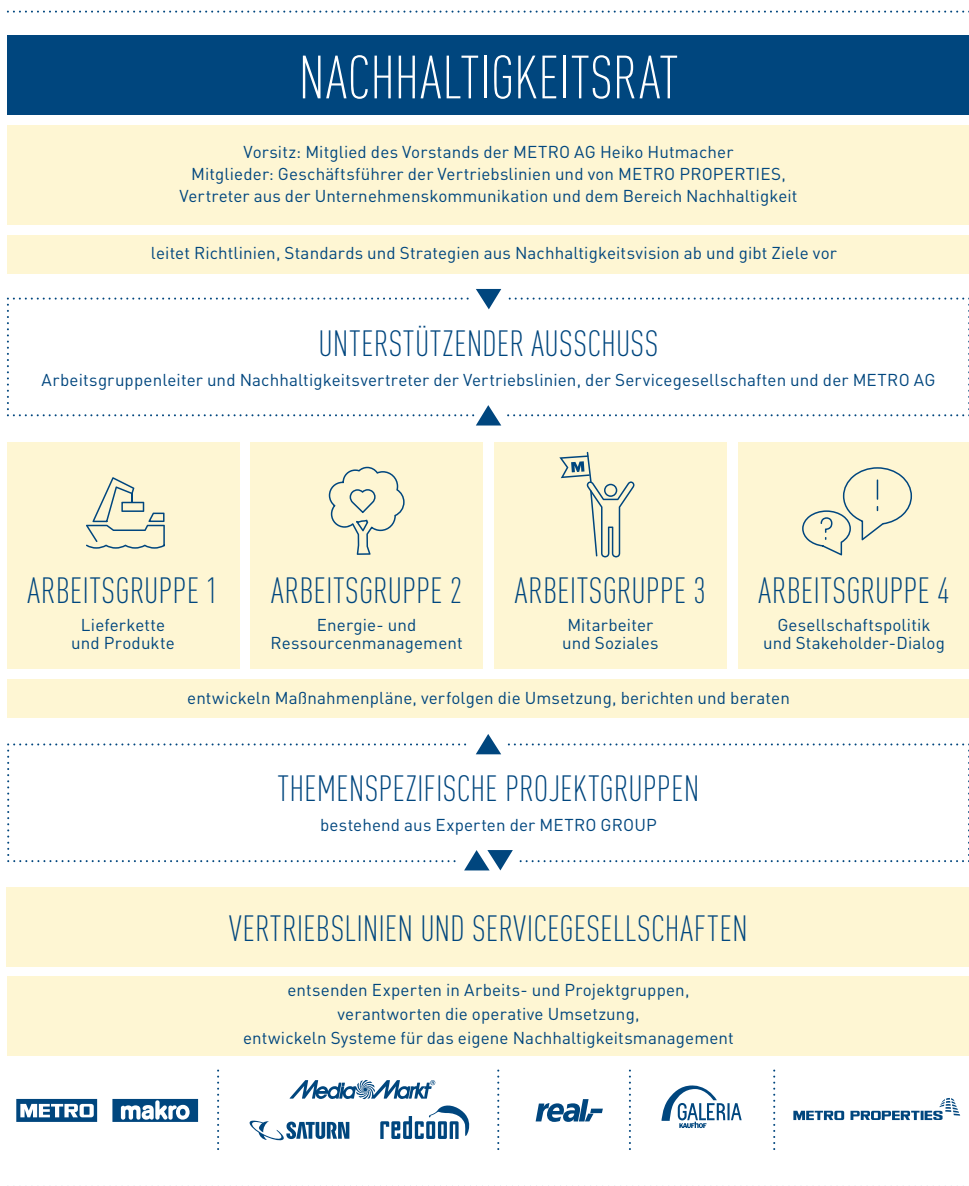
Unser Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz: Bis 2020 reduziert die METRO GROUP ihre Treibhausgasemissionen um 20 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2011.

<sup>1</sup> Erfasst sind hiervon die Produzenten von Handelswaren (Eigenmarken sowie Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt betreiben

## Systematisches Nachhaltigkeitsmanagement

Zentrales Organ des Nachhaltigkeitsmanagements ist der Nachhaltigkeitsrat der METRO GROUP. Er ist dafür verantwortlich, dass das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen systematisch erfasst und bearbeitet wird. Der Fokus liegt dabei insbesondere auf den Wechselwirkungen zwischen wirtschaftlichen sowie umwelt- und sozialbezogenen Aspekten.

Dazu zählen beispielsweise die Steigerung von Effizienz im Umgang mit Rohstoffen, die Wahrung von Menschenrechten sowie die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber der Umwelt.



Der Nachhaltigkeitsrat entscheidet zudem über das Vorgehen in der Praxis. Die Abteilung Nachhaltigkeit der METRO AG berät ihn fachlich und unterstützt ihn dabei in koordinierender Funktion. Die thematische Zuarbeit erfolgt über vier Arbeitsgruppen. Auf Ebene der Vertriebslinien und Servicegesellschaften begleiten Nachhaltigkeitsverantwortliche die Einführung und Umsetzung von Beschlüssen im operativen Geschäft.

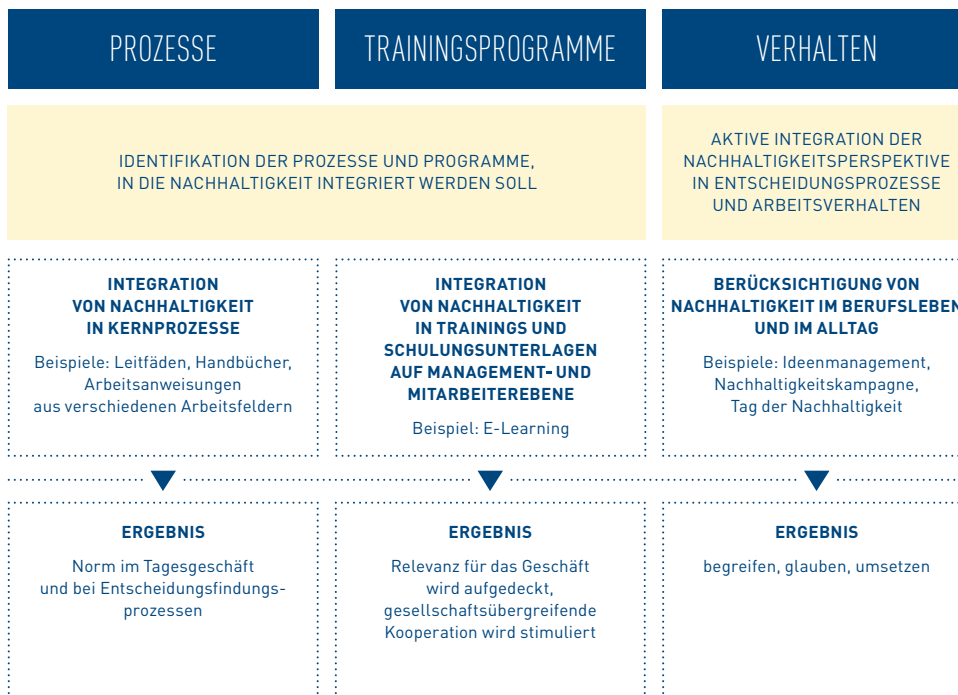
Das Nachhaltigkeitsmanagement ist eng mit dem Chancen- und Risikomanagement der METRO GROUP verbunden. Die Geschäftsführung wird dabei unterstützt, mögliche Abweichungen von den Nachhaltigkeitszielen, also Chancen und Risiken, systematisch zu identifizieren, zu bewerten und zu steuern.

Weitere Informationen zum Chancen- und Risikomanagement sind im Kapitel 12 Risiko- und Chancenbericht enthalten.

**Strategische Umsetzung der Nachhaltigkeitsvision**

2012 hat die METRO GROUP ihre Nachhaltigkeitsvision veröffentlicht. Damit wir unsere Vision auch konsistent verwirklichen können, gilt es, das Thema Nachhaltigkeit fest in unserem Unternehmen zu verankern – sowohl in unseren Strukturen als auch in unserem Denken und Handeln. Dies gewährleisten wir einerseits durch unseren Nachhaltigkeitsrat und seine Gremien, andererseits durch entsprechende Prozesse, Programme und die Veränderung unseres individuellen Verhaltens. Auf diese Weise gelingt die über die Fachabteilungen hinausgehende Integration von Nachhaltigkeit in sämtliche relevanten Geschäftsprozesse und -entscheidungen. Daher haben wir im Berichtszeitraum ein Konzept erarbeitet und ein erstes Maßnahmenpaket abgeleitet, um Nachhaltigkeit systematischer als bisher in unserem Unternehmen zu verankern. Denn das Thema kann von oben getrieben, muss aber von allen getragen werden.

VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT



### Handlungsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements

Das strategische Nachhaltigkeitsmanagement der METRO GROUP erstreckt sich inhaltlich auf die folgenden vier Handlungsfelder:

- Lieferkette und Produkte
- Energie- und Ressourcenmanagement
- Mitarbeiter und Soziales
- Gesellschaftspolitik und Stakeholder-Dialog

Diese Handlungsfelder decken die Teile der Wertschöpfungskette und unsere Berührungspunkte mit der Gesellschaft ab, bei denen unser Einfluss auf nachhaltigkeitsrelevante Prozesse am größten ist und Maßnahmen entsprechend effiziente Wirkung zeigen. Innerhalb jedes Handlungsfelds tragen zahlreiche Maßnahmen dazu bei, dass wir unsere strategischen Ziele erreichen.

Uns ist es wichtig, die strategische Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsvision kontinuierlich zu überprüfen und transparent zu kommunizieren. Daher geben wir innerhalb der Handlungsfelder Auskunft zu wesentlichen Kennzahlen für Nachhaltigkeit, darunter auch die im Rahmen der Lageberichterstattung relevanten sogenannten Sustainable Development Key Performance Indicators (SD-KPIs).

## Lieferkette und Produkte

Der Kern unseres Geschäfts liegt im Handel mit Waren und Dienstleistungen. Verantwortlich zu wirtschaften bedeutet für uns dabei zweierlei: Als Gruppe von Unternehmen unterschiedlicher Handelsformate wollen wir für Kunden mit verschiedensten Einkaufsbedürfnissen Mehrwert schaffen. Gleichzeitig wollen wir bei der Gestaltung unserer Sortimente und Dienstleistungen umweltbezogene und gesellschaftlich-soziale Anforderungen berücksichtigen. Ziel ist es,



Chancen und Risiken für unser Geschäft zu identifizieren und gezielt zu handeln.

### Rückverfolgbarkeit in der Wertschöpfungskette

Für uns ist es essenziell, den Ursprung und die einzelnen Prozessschritte innerhalb der Wertschöpfungskette zu kennen. Denn nur so können wir Einfluss auf die Sicherheit, Qualität und Nachhaltigkeit der Produkte in unserem Sortiment nehmen. Daher setzen wir uns gezielt für die Rückverfolgbarkeit der Waren ein. Unser Anspruch ist es, lückenlose Transparenz herzustellen hinsichtlich der genutzten Ressourcen und der Beschaffung von Produkten über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. Dabei gehen wir innovative Wege: Seit März 2013 arbeiten wir zusammen mit weiteren Händlern und namhaften Partnern in der Wertschöpfungskette an einer branchenübergreifenden internationalen Lösung, die bereits jetzt schon zukunftsweisend ist. Unterstützt werden wir dabei von GS1, einem weltweiten Dienstleister, der globale Standards zur Verbesserung von Wertschöpfungsketten setzt. Kern des Ansatzes ist eine dezentrale Speicherung relevanter Daten, die den Zugriff auf diese Informationen deutlich vereinfacht, zuverlässiger ausgestaltet und so noch mehr Transparenz in der gesamten Kette schafft – bis hin zum Endverbraucher.

Im Frühjahr 2013 haben wir in einem ersten Schritt ein Pilotprojekt für die Warengruppe Fisch gestartet. Diese Warengruppe haben wir bewusst gewählt. Nur durch transparente Lieferketten sind wir in der Lage, illegale Fischerei zu stoppen und so eine Grundlage für die Ernährung der Weltbevölkerung für die Zukunft zu sichern.

In einem nächsten Schritt werden wir die Branchenlösung auf andere Produktgruppen wie beispielsweise Fleisch, Obst und Gemüse übertragen. Auch Nicht-Lebensmittelprodukte sollen künftig einbezogen werden.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
<b>RESSOURCENSCHUTZ/ NAHRUNGSSICHERUNG/ NACHHALTIGE BESCHAFFUNG</b>	Die METRO GROUP initiiert und fördert die Entwicklung einer internationalen, branchenübergreifenden und produktumfassenden technischen Lösung zur Rückverfolgbarkeit.		Auf Basis der bereits umgesetzten Projektschritte erfolgt nun die Umsetzung eines Pilotprojekts in der Produktkategorie Fisch bis Mitte 2014.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 145.

**Nachhaltigere Produkte durch nachhaltige Beschaffung**

Am Beginn unserer Lieferkette stehen die Produktion beziehungsweise die Beschaffung, am Ende fragen unsere Kunden Waren nach. Sowohl für einige unserer Kunden als auch für uns spielen dabei neben der Qualität und Sicherheit auch die Sozial- und Umweltverträglichkeit der Produkte sowie des Herstellungsprozesses zunehmend eine Rolle. Um diese Themen systematisch und nachvollziehbar berücksichtigen zu können, hat die METRO GROUP im Berichtszeitraum eine konzernweite, produktübergreifende Einkaufspolitik erarbeitet. Diese schreibt die Basisanforderungen an ein nachhaltiges Lieferketten- und Beschaffungsmanagement fest. Gleichzeitig bildet sie das Dach für solche Richtlinien, die sich mit spezifischen Fragestellungen einzelner Produktbeziehungsweise Rohstoffkategorien befassen. Darunter fallen beispielsweise die seit September 2011 bestehende Einkaufspolitik für Fisch sowie die im Rumpfgeschäftsjahr 2013 in Kraft getretenen Leitlinien für Palmöl und Verpackung. Indem wir solche Richtlinien für den nachhaltigen Einkauf erarbeiten und umsetzen sowie die Einhaltung von Sozial- und Qualitätsstandards kontrollieren, stärken wir unsere Beschaffungswege und tragen zur Verbesserung der Qualität und Nachhaltigkeit unserer Produkte bei.

Verschiedene Kennzeichnungen und Label informieren die Kunden über einzelne Nachhaltigkeitsaspekte von Produkten und unterstützen bei der Entscheidungsfindung. Im Sortiment unserer Vertriebslinien finden sich beispielsweise Artikel aus fairem Handel sowie Lebensmittel, die mit dem europäischen Biosiegel gekennzeichnet sind. Im Berichtszeitraum betrug der Umsatz unserer Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Real mit nach EU-Bioverordnung zertifizierten Produkten

insgesamt 85 Mio. €. Ebenso bietet unser Sortiment Erzeugnisse aus bestandserhaltender und umweltverträglicher Fischerei und Aquakultur. Dies erkennt der Kunde am Siegel des Marine Stewardship Council (MSC) für Wildfisch beziehungsweise am Siegel des Aquaculture Stewardship Council (ASC) für Zuchtfisch. Mittlerweile bieten unsere Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Real zusammen eine große Zahl MSC-zertifizierter Marken- und Eigenmarkenartikel. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 umfasste unser nachhaltiges Fischsortiment 64 MSC-zertifizierte Eigenmarkenartikel und 514 Markenartikel. Damit wurde ein Umsatz von rund 45 Mio. € erwirtschaftet. Daneben sind bereits 39 ASC-zertifizierte Produkte in unseren Märkten erhältlich.

Darüber hinaus bieten unsere Vertriebslinien ihren Kunden in vielen Warengruppen ein breites Angebot besonders umweltfreundlich und sozial verträglich hergestellter Produkte. Dazu zählen beispielsweise

- effiziente Elektrogeräte mit Energielabel von A+ bis A+++,
- Schreibwaren nach den Standards des Blauen Engels oder für nachhaltige Forstwirtschaft,
- Naturkosmetik und
- Textilien aus Biobaumwolle oder aus Baumwolle gemäß „Cotton made in Africa“-Standard.

Als Orientierungshilfe für ihre Kunden zeichnet unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof Produkte, die einem definierten Nachhaltigkeitsstandard entsprechen, zusätzlich mit dem Logo „natürlich GALERIA“ aus. Derzeit entsprechen knapp 9.400 Produkte aus dem Kaufhof-Sortiment diesem Standard.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
<b>RESSOURCENSCHUTZ/ NAHRUNGSSICHERUNG/ NACHHALTIGE BESCHAFFUNG</b>	Die METRO GROUP arbeitet an einer verantwortlichen Produkt- und Sortimentsgestaltung.		Bis 2015 werden wir Prozesse definiert haben, um die Nachhaltigkeitswirkung der Eigenmarkenprodukte der METRO GROUP Vertriebslinien zu bewerten. Über die kontinuierliche Umsetzung unserer METRO GROUP Einkaufspolitik „Nachhaltigkeit“ werden wir in Zukunft alle unter Nachhaltigkeitsaspekten relevanten Produktkategorien bearbeiten.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 145.

**Faire und sozial gerechte Arbeitsbedingungen bei Zulieferern**

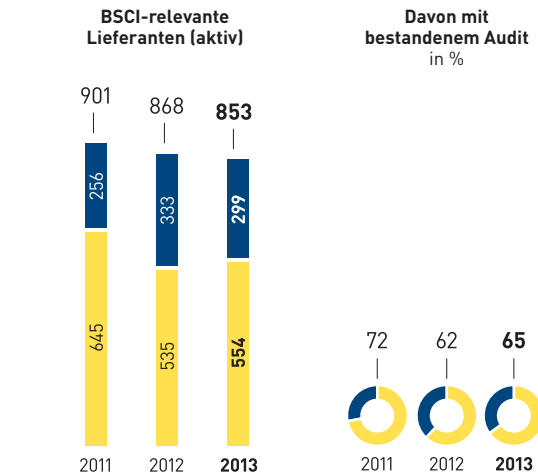
Ein wesentlicher Aspekt nachhaltiger Beschaffung ist neben der Umweltverträglichkeit und Ressourcenschonung die Sicherstellung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen. Um unserer unternehmerischen Verantwortung in diesem Bereich gerecht zu werden, wurde innerhalb des Handlungsfelds

„Lieferkette und Produkte“ bereits 2011 die Projektgruppe „Sozialstandards“ gegründet. Diese Projektgruppe hat im Berichtszeitraum einen Prozess entwickelt, wie sämtliche Beschaffungskanäle sozialverträglich gestaltet werden können. Unser Ziel bis Ende 2014 ist es, alle Eigenmarkenlieferanten und -produzenten von Nicht-Lebensmitteln, die für uns Handelsware in sogenannten Risikoländern (definiert

nach Business Social Compliance Initiative [BSCI]) wie beispielsweise Bangladesch oder der Türkei produzieren, in ein Sozialmanagementsystem zu überführen. Maßgeblich in diesem Prozess ist die enge Zusammenarbeit aller Parteien entlang einer transparenten Lieferkette. Nur so können die Herausforderungen bewältigt werden, die mit der Durchsetzung sozialverträglicher Arbeitsbedingungen vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern als den klassischen Produktionsländern verbunden sind. Der Nachweis, dass eine Produktionsstätte unter fairen und sozial gerechten Arbeitsbedingungen produziert, erfolgt durch ein Audit der BSCI oder ein äquivalentes Sozialstandard-Audit. Die BSCI zielt darauf ab, die Wahrung grundlegender Menschenrechte in der Produktions- und Lieferkette sicherzustellen. Entscheidend für den Erfolg des Konzepts ist es, alle Mitarbeiter der Produktionsstätten auf dem Weg hin zu einer sozialverträglichen Arbeitsstätte durch spezielle Schulungen zu unterstützen. Maßgeblich für uns als Mitgliedsunternehmen der BSCI ist es, unsere Lieferanten beziehungsweise die Produktionsstätten beim Aufbau eines entsprechenden Managementprozesses zu begleiten. Dieser Prozess soll es unseren Geschäftspartnern fortan ermöglichen, sozial gerechte Arbeitsbedingungen systematisch zu implementieren.

Alle unsere Produzenten für Nicht-Lebensmittel, die über unsere Importgesellschaft MGB Hongkong in die EU liefern, werden nach BSCI-Standard oder äquivalenten Standards auditiert. Zum 30. September 2013 waren dies 853 Produzenten. Davon haben 65 Prozent das Audit mit „gut“ bestanden. Dieses weist zum Stichtag 30. September 2013 einen Anstieg von 3 Prozent im Vergleich zum Stichtag des Vorjahres, dem 31. Dezember 2012, auf. 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 zum Stichtag



■ Lieferanten mit bestandenem Audit

Status der BSCI-Audits aktiver Lieferanten für Eigenimporte durch MGB Hongkong aus den von der BSCI bewerteten Risikoländern, die die METRO GROUP in dem jeweiligen Jahr zum Stichtag 31.12. bzw. 2013 zum 30.9. mit Bekleidung, Schuhen, Spielwaren und Hartwaren für den EU-Markt beliefert haben. Aktive Lieferanten sind solche mit tatsächlichem Umsatz zum Stichtag 31.12. bzw. 2013 zum 30.9. Lieferanten mit bestandenem Audit können die erfolgreiche Umsetzung des BSCI-Standards durch das Zertifikat unabhängiger Dritter nachweisen. Akzeptiert wird auch der Nachweis einer unabhängigen Drittpartei über die erfolgreiche Umsetzung eines äquivalenten Sozialstandardsystems.

Wo erforderlich setzt sich die METRO GROUP nicht nur für sozial gerechte Arbeitsbedingungen, sondern auch für die Gebäudesicherheit von Textilfabriken in den Produktionsländern ein. Daher haben wir im Juni 2013 den „Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh“ unterzeichnet. Das Abkommen entstand aus einer Multistakeholder-Initiative heraus, an der sich Unternehmensvertreter, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen beteiligen. Zusammen mit derzeit mehr als 100 europäischen Handels- und Markenunternehmen hat sich die METRO GROUP verpflichtet, das Abkommen organisatorisch und aktiv bei seiner Arbeit für mehr Gebäudesicherheit in Bangladesch zu unterstützen.

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 Nicht-Lebensmittel-Eigenmarken-Lieferanten <sup>1</sup> in ein BSCI- oder äquivalentes Sozialstandardsystem bis Ende 2014, sofern das Produkt in einem Risikoland hergestellt wurde (Definition Risikoland nach BSCI)	▬

<sup>1</sup> Erfasst sind hiervon die Produzenten von Handelsware (Eigenmarken sowie Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt betreiben. Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 145.

### Strategische Partnerschaft zur Harmonisierung von Standards

Seit vielen Jahren unterstützt die METRO GROUP Nachhaltigkeitsstandards und Zertifikate bei Fisch, wie beispielsweise das Marine Stewardship Council (MSC) oder das Aquaculture Stewardship Council (ASC), und trägt so zum Erhalt der Fischbestände bei. Jedoch können sich kleinere Produzenten die Zertifizierungen oft nicht leisten. Hinzu kommt, dass die mittlerweile große Zahl der Zertifikate die Kaufentscheidung der Kunden eher erschwert als erleichtert.

Deshalb setzt sich die METRO GROUP im Rahmen der Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI) mit Partnern aus Industrie, Politik und nichtstaatlichen Organisationen dafür ein, eine Übersicht über alle weltweit verfügbaren Zertifizierungen für nachhaltigen Fisch zu erstellen und diese objektiv zu bewerten. Die im Februar 2013 gestartete GSSI wird den Verbrauchern den Kauf von nachhaltigen Fischprodukten erleichtern sowie den Zertifizierungsaufwand insbesondere für kleinere Produzenten verringern. Die METRO GROUP unterstützt das Projekt administrativ und repräsentiert die Industrie und den Handel gegenüber öffentlichen Partnern.

## Energie- und Ressourcenmanagement

Um unser Kerngeschäft erfolgreich betreiben und die Bedürfnisse unserer Kunden erfüllen zu können, benötigen wir heute wie in Zukunft Energie und natürliche Ressourcen. Beides ist jedoch nicht unbegrenzt verfügbar.

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. Daher streben wir bis 2020 eine Reduktion ausgewählter Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche um 20 Prozent gegenüber 2011 an. Zweitens wollen wir unseren Ressourcenverbrauch reduzieren. Auf diese Weise tragen wir nicht nur zum Klima- und Umweltschutz bei, sondern senken auch unsere Betriebskosten.

### Energieverbrauch reduziert

Der Großteil unseres Energiebedarfs entfällt auf die Beleuchtung sowie die Heiz- und Kühltechnik. Um den Verbrauch hier weiter zu reduzieren, haben wir unsere Energieeinsparprogramme im Berichtszeitraum fortgeführt und über alle vier Vertriebslinien hinweg in technische Maßnahmen mehr als 30 Mio. € investiert.

Media-Saturn hat fünf neue und einen bestehenden Media-Markt mit LED-Lichtbändern ausgestattet. Im Vergleich zur aktuell eingesetzten Beleuchtung (T5) lässt sich der Energieverbrauch hiermit um rund 40 Prozent reduzieren. Bei älteren Beleuchtungslösungen (T8) ist das Einsparpotenzial noch höher. Media-Saturn wird weitere Märkte mit LED-Lichtbändern ausstatten, um auch den richtigen Zeitpunkt für einen wirtschaftlich sinnvollen Einsatz der LED-Beleuchtung zu ermitteln.

Real Deutschland hat seinen Stromverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum um mehr als 3 Prozent gesenkt. Erreicht hat unsere Vertriebslinie dies unter anderem durch die weitere Optimierung der Marktbeleuchtung, das Nachrüsten von Abdeckungen für Tiefkühltruhen und von Türen bei Möbeln für Wurst- und Molkereiprodukte, die Erneuerung von Backöfen und deren Umstellung von Strom auf Erdgas sowie den Aufbau eines Energiemanagements. Seit 2007 konnte Real den Energieverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche, bereinigt um abgegebene Märkte, insgesamt um 7 Prozent reduzieren, trotz gesteigener Ansprüche an Warenpräsentation, Ausleuchtung und Gesamtkonzept.

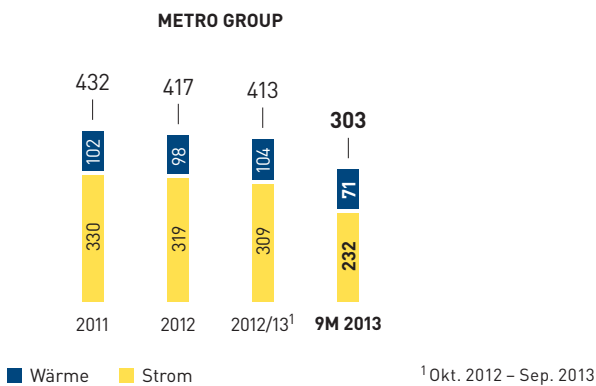
Unternehmensleitung und Betriebsrat von Galeria Kaufhof haben 2013 den Grundstein dafür gelegt, in Zukunft Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs noch effizienter umsetzen zu können. Die beiden Gremien haben Regeln vereinbart für die Einführung von Systemen zur Messung und Steuerung von Raumparametern wie Temperatur, Luftqualität und -volumenstrom. Ziel ist es, die Heiz- und Lüftungsanlagen und ihren Einsatz zu optimieren, um den Energieverbrauch der Filialen weiter zu senken.

Um weniger abhängig von Energiepreisentwicklungen zu sein und unsere eigene Klimawirkung weiter zu verringern, setzen wir auch auf Projekte zur dezentralen Energieversorgung. Strom und Wärme oder Kälte dort zu erzeugen, wo sie unmittelbar gebraucht werden, ist für viele Anwendungen eine effiziente und klimaschonende Alternative. Daher haben wir 2013 mit Eon eine strategische Partnerschaft zur Energieer-



zeugung vereinbart. Der Energieversorger errichtet an Standorten von METRO Cash & Carry gasbetriebene Blockheizkraftwerke. Diese versorgen den jeweiligen Markt mit Strom und Wärme. In Deutschland sind im Düsseldorfer und in einem Berliner Großmarkt bereits die ersten beiden Blockheizkraftwerke in Betrieb gegangen. Beide produzieren jeweils mehr als 25 Prozent des im Großmarkt benötigten Stroms und die gesamte Wärme. Dies reduziert unsere Energiekosten um rund 5 Prozent je Standort und unsere spezifischen Treibhausgasemissionen jeweils um circa 300 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr. Die Errichtung weiterer Blockheizkraftwerke ist vorgesehen, so befinden sich zwei bereits in der Planungsphase.

Strom- und Wärmeenergieverbrauch  
in kWh je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche



### Maßnahmen zur Verhaltensänderung gestartet

Außer auf technische Investitionen setzen wir auf Änderungen im Verhalten jedes einzelnen Mitarbeiters. Denn durch umweltbewusstes Verhalten können unsere Mitarbeiter entscheidend dazu beitragen, Energie einzusparen. Aus diesem Grund hat METRO Cash & Carry im Rumpfgeschäftsjahr 2013 das sogenannte Energy Awareness Programme (EAP) gestartet. Es soll Mitarbeiter dazu motivieren, Energie effizienter einzusetzen. Wir fokussieren uns hierbei auf Ausleuchtung, Gewerbekälte, Klimatisierung und Wasser. So werden Schnelllaufrollen benutzt, um Temperaturzonen voneinander zu trennen. Beleuchtung wird nur so lange angeschaltet, wie sie benötigt wird, und anderenfalls auf sogenannte Drittelschaltung reduziert. Zudem erhält jeder Standort ein konkretes Reduktionsziel. Von Januar bis September 2013 konnte durch das EAP der spezifische Stromverbrauch aller METRO Cash & Carry Märkte weltweit um 9,5 Prozent gegenüber dem Zeitraum Januar bis September 2011 gesenkt werden. Insgesamt hat sich METRO

Cash & Carry das Ziel gesetzt, den Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche bis 2015 um 18 Prozent und den Heizenergieverbrauch um 8 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2011 zu reduzieren. Dies entspräche beim heutigen Preisniveau einer Kosteneinsparung von insgesamt 36 Mio. € jährlich rein aus Verhaltensänderung.

In der METRO GROUP betrug der Energieverbrauch für Strom und Wärme im Rumpfgeschäftsjahr 303 kWh pro Quadratmeter Verkaufsfläche (1.1.–30.9.12: 307 kWh/m<sup>2</sup>; 1.10.12–30.9.13: 413 kWh/m<sup>2</sup>; 1.1.–31.12.12: 417 kWh/m<sup>2</sup>).

### Klimaschutzziel und Klimabilanz

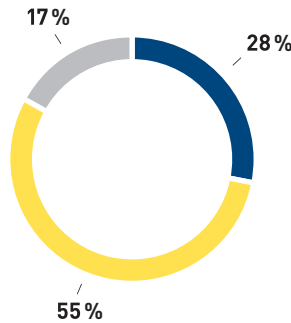
Von Januar bis September 2013 verursachte die METRO GROUP pro Quadratmeter Verkaufsfläche 222 Kilogramm CO<sub>2</sub>-Äquivalente (1.1.12–30.9.12: 226 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>; 1.10.12–30.9.13: 295 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>; 1.1.12–31.12.12: 300 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>) in Bezug auf die Emissionsquellen des Klimaschutzziels. Damit sanken unsere Emissionen konzernweit um rund vier Kilogramm CO<sub>2</sub> pro Quadratmeter Verkaufsfläche gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Das entspricht 1,8 Prozent. Diese Entwicklung ist vor allem auf die Maßnahmen zur Energieeinsparung zurückzuführen.

Der Nachhaltigkeitsrat der METRO GROUP hat 2012 beschlossen, die spezifischen Treibhausgasemissionen der METRO GROUP, die bis 2020 um 20 Prozent gegenüber dem Wert von 2011 zu reduzieren. Das heißt, wir verringern die Emissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche von 309 Kilogramm CO<sub>2</sub>-Äquivalenten pro Jahr auf 247 Kilogramm. Die Abweichung gegenüber dem 2012 berichteten Wert resultiert aus einer Bereinigung der Klimabilanz und der Ziel- und Basisjahrwerte, die durch die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa erforderlich geworden war. Unser Klimaschutzziel umfasst die Emissionen, die für uns als Handelsunternehmen wesentlich und vor allem direkt beeinflussbar sind. Dies sind die Emissionen aus

- dem Verbrauch von Elektrizität und Wärmeenergie sowie deren Vorkettenemissionen und Netzverluste,
- den Kühlmittelverlusten für Gewerbekälte und Klimatisierung,
- dem Verbrauch von Papier,
- dem Kraftstoffverbrauch der Dienstwagen und Notstromaggregate inklusive der Vorkette sowie
- den Geschäftsreisen.



Emissionsquellen des Klimaschutzziels  
9M 2013



- **Scope 1** = Heizöl, Erdgas, Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte, Kältemittelverluste aus Klimatisierung, Kraftstoffverbrauch für Dienstwagen und Notstromaggregate
- **Scope 2** = Stromverbrauch, Fernwärme/-kälte
- **Scope 3** = Papierverbrauch für Werbemittel und Kopierpapier, Dienstreisen, Vorkettenemissionen und Netzverluste für alle direkten und indirekten Energiequellen

Diese Emissionen machen etwa 40 Prozent der Emissionen aus, die wir insgesamt über unsere Klimabilanz erfassen. In der Klimabilanz weisen wir außer den direkt beeinflussbaren Emissionen auch diejenigen aus, die wir nicht oder nur begrenzt steuern können. Damit liegen wir hinsichtlich der Transparenz unseres Beitrags zum Treibhauseffekt deutlich über dem Branchendurchschnitt.

Basis für unsere Berichterstattung sind der Corporate Accounting and Reporting Standard und der Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard des Greenhouse Gas Protocol. Es werden die Emissionen aller Vertriebslinien und Servicegesellschaften sowie der Verwaltungen berücksichtigt. Insgesamt beziehen wir 19 verschiedene Emissionsquellen ein.

Mithilfe des 2011 eingeführten gruppenweiten Carbon Intelligence System erfassen wir den Energieverbrauch und andere wesentliche Umweltwirkungen in nahezu allen Märkten und Warenhäusern, den Verwaltungen und Lägern. Da mehr als 95 Prozent der Emissionen nach Scope 1 und Scope 2 auf erfassten Daten beruhen, ist die Qualität der ermittelten Angaben hoch. Weniger als 5 Prozent gehen auf Hochrechnungen zurück. Wir berichten die Gesamtwirkung aller wesentlichen Treibhausgasemissionen in Form von CO<sub>2</sub>-Äquivalenten.

Seit 2011 prüft und bescheinigt die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft die Korrektheit unserer Klimabilanz. Zudem informieren wir seit 2006 innerhalb des Carbon Disclosure Project (CDP) über unsere Klimaschutzstrategie und unsere Emissionen. Ziel der gleichnamigen unabhängigen Organisation ist es, Transparenz in der Unternehmensberichterstattung zu klimarelevanten Daten zu schaffen.

Thema	Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
<b>KLIMASCHUTZ/ RESSOURCEN- MANAGEMENT</b>	Die METRO GROUP reduziert ihre Treibhausgasemissionen um 20 Prozent von 309 kg/m <sup>2</sup> im Jahr 2011 auf 247 kg/m <sup>2</sup> im Jahr 2020.		Fortführung des „low-hanging fruit“-Programms als Energy Saving Programme; zusätzliches Programm zur Stärkung des Energiebewusstseins (Energy Awareness Programme – EAP) ab 2013.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 145.

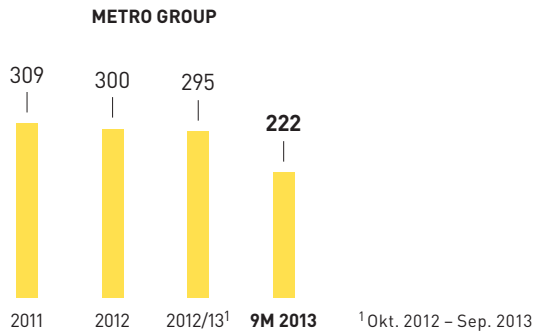
**Verringerung klimaschädlicher Kühlmittel initiiert**

Optimierungsbedarf sehen wir vor allem bei Emissionen, die aus dem Verlust von Kühlmitteln (Gewerbe- und Klimakälte) entstehen. Hier stiegen die Emissionen von Januar bis September 2013 im Rumpfgeschäftsjahr um 4,4 Kilogramm CO<sub>2</sub> pro Quadratmeter Verkaufsfläche gegenüber dem Vorjahreszeitraum (1.1. – 30.9.13: 44,8 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>; 1.1. – 30.9.12: 40,4 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>; 1.10.12 – 30.9.13: 55,8 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>; 1.1. – 31.12.12: 51,3 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>).

Verluste bei Kühlmitteln durch Leckagen in Kühlsystemen sind nicht nur eine wesentliche Emissionsquelle für Treibhausgase, sie sind zudem ein bedeutender Kostenfaktor. Deshalb ist es unser Ziel, die Nachfüllrate bei Kühlmitteln zu verringern. Seit 2012 führen wir neben der Fernüberwachung der Kälteanlagen jährlich mindestens vier Dichtheitsprüfungen an allen Kühlsystemen in Deutschland bei Real und Galeria Kaufhof durch. Im Zeitraum Januar bis September 2013 beläuft sich die Nachfüllrate der Gewerbekälteanlagen auf 12,3 Prozent (1.1.–30.9.12: 11,0 Prozent; 1.10.12.–30.9.13: 15,4 Prozent; 1.1.– 31.12.12: 14,2 Prozent).

**Status Klimaschutzziel**

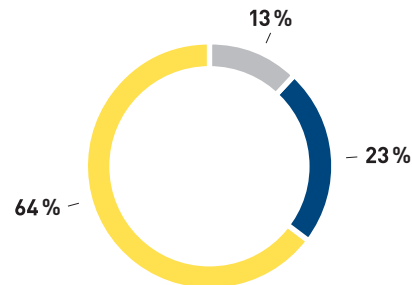
Treibhausgas-Emissionen in kg CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>-Äquivalent) je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche



Wir haben uns im Rahmen des Consumer Goods Forum verpflichtet, ab 2015 bei jeder neuen Kälteanlage nur noch natürliche Kühlmittel wie Kohlendioxid einzusetzen. Diese Selbstverpflichtung wurde im Berichtszeitraum durch den Nachhaltigkeitsrat erweitert. Zusätzlich werden Kälteanlagen, die erneuert werden müssen, auf natürliche Kühlmittel umgestellt, soweit dies technisch möglich ist. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurden bei METRO Cash & Carry, Real und Galeria Kaufhof an insgesamt 14 Standorten Gewerbekälteanlagen auf natürliche Kältemittel umgestellt.

Der Einsatz von natürlichen Kühlmitteln ist ein wesentlicher Baustein unserer Strategie zur Anpassung an regulatorische Änderungen bezüglich Kühlmitteln. Auf EU-Ebene erwarten wir in den nächsten Monaten eine überarbeitete Verordnung über fluorierte Treibhausgase. Diese wird aktuell vorbereitet und hat zum Ziel, das Treibhausgaspotenzial (GWP) der in der EU verwendeten Kühlmittel mittelfristig zu senken. Dies soll durch verschiedene Maßnahmen erreicht werden, unter anderem durch das Verbot, hermetisch geschlossene gewerbliche Kühl- und Gefriergeräte, die ein Kühlmittel mit einem Treibhausgaspotenzial von mehr als 150 enthalten, auf den europäischen Markt zu bringen. Eine weitere Maßnahme ist die schrittweise Reduzierung der Mengen besonders klimaschädlicher Kühlmittel. Bestehende Kälteanlagen, die Kühlmittel mit einem Treibhausgaspotenzial von mehr als 2.500 verwenden, sollen ab 2020 nicht mehr nachgefüllt werden dürfen.

**Für Klimabilanz erfasste Emissionsquellen**  
9M 2013



Gesamtmenge 1.1.–30.9.2013 = 6,4 Mio. t CO<sub>2</sub>  
 (1.10.2012–30.9.2013 = 8,9 Mio. t CO<sub>2</sub>  
 1.1.–31.12.2012 = 9,2 Mio. t CO<sub>2</sub>)

- **Scope 1** = Heizöl, Erdgas, Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte und Klimatisierung, Kraftstoffverbrauch für Dienstwagen und eigene Logistikflotte sowie Notstromaggregate
- **Scope 2** = Stromverbrauch, Fernwärme/-kälte
- **Scope 3** = gesamte externe Logistik, Papierverbrauch, Dienstleistungen, eingekaufte Waren und Dienstleistungen (für Eigenverbrauch), Anlagegüter, Vorkettenemissionen und Netzverluste für alle direkten und indirekten Energiequellen, Abfall, Mitarbeiterpendelaufkommen, geleaste Vermögenswerte

Vertiefende Informationen und weitere Kennzahlen zu unserer Klimabilanz finden sich auf unserer Website unter der Rubrik Nachhaltigkeit.

## Mitarbeiter und Soziales

Hinter dem geschäftlichen Erfolg und dem gesellschaftlichen Beitrag der METRO GROUP steht der Einsatz unserer 269.493 Mitarbeiter. Daher bedeutet nachhaltige Unternehmensführung für die METRO GROUP auch, sich mit der Frage auseinanderzusetzen, wie wir die Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter und unser tagtägliches Handeln weiter verbessern können. Deshalb ist das Engagement für unsere Belegschaft ein Schwerpunkt unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Mit vorausschauenden Personalkonzepten wollen wir die Zufriedenheit, die Leistungsbereitschaft und die Werteorientierung unserer Mitarbeiter fördern. Langfristig sichern wir damit den Bedarf an Mitarbeitern, insbesondere an Fach- und Führungskräften. Darüber hinaus bieten wir eine Vielzahl an Beschäftigungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie ein attraktives Arbeitsumfeld, das durch Vielfalt und Wertschätzung geprägt ist. So stärken wir unsere Attraktivität als Arbeitgeber und investieren in die Zukunft unseres Unternehmens.

Die Personalpolitik der METRO GROUP sowie die wesentlichen Kennzahlen werden in Kapitel 6 Mitarbeiter beschrieben.

Unser Ziel ist es, unsere Mitarbeiter nicht nur in ihrer beruflichen Weiterentwicklung zu fördern, sondern sie darüber hinaus für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren

und in ihrem nachhaltigen Engagement zu stärken. Denn unsere Mitarbeiter, die Vorbilder sind und eigenverantwortlich nach unseren gemeinsamen Werten handeln,

- schaffen Kundenmehrwert, indem sie unseren Kunden das Gefühl geben, willkommen, verstanden und geschätzt zu sein.
- bauen im Kontakt mit unseren Partnern Vertrauen auf, als Basis für langfristige Geschäftsbeziehungen.
- nutzen Chancen und schaffen tragfähige Lösungen, indem sie Prozesse optimieren sowie unsere Produkte und Services fortlaufend hinsichtlich ihrer umwelt- und sozialbezogenen Folgen verbessern.

Damit jeder Einzelne das Konzept nachhaltigen und eigenverantwortlichen Handelns kennenlernen, verinnerlichen und umsetzen kann, hat es sich die METRO GROUP zum Ziel gesetzt, diesen Ansatz auf Prozesse, Trainingsprogramme und das Verhalten zu übertragen. Vor diesem Hintergrund haben wir im Rumpfgeschäftsjahr 2013 entsprechende Angebote und Programme entwickelt, die auf Verhaltensänderungen abzielen. Dazu zählen beispielsweise die Entwicklung eines interaktiven Trainings zum Grundverständnis von Nachhaltigkeit bei der METRO GROUP sowie die Durchführung einer Informationskampagne, die anhand von praktischen Beispielen zeigt, wie beispielsweise Energie eingespart werden kann. Abgerundet wird das Maßnahmenpaket 2014 durch einen Tag der Nachhaltigkeit.

Thema	Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
<b>VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT IM UNTERNEHMEN</b>	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 konzernweiten Nachhaltigkeitskampagne inklusive eines Nachhaltigkeitstags.	
			Integration von Nachhaltigkeit in Trainingsprogramme. Bis 2016 werden Trainingsmaßnahmen zur unternehmerischen Verantwortung entwickelt und allen Mitarbeitern angeboten worden sein. Erster Schritt: Ausarbeitung eines allgemeinen Trainingsformats.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 145.

## Gesellschaftspolitik und Stakeholder-Dialog

Das Vertrauen verschiedener Akteure bildet die Basis der gesellschaftlichen Akzeptanz gegenüber einem Unternehmen. Ein zentraler Bestandteil, um dieses Vertrauen zu erhalten, ist die Auseinandersetzung mit unseren Stakeholdern: Denn neben den engen Beziehungen zu unseren Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden gibt es viele andere Menschen, die in Berührung mit unserem unternehmerischen Handeln kommen. Daraus erwachsen verschiedene Ansprüche an das unternehmerische Verhalten. In der Schnittmenge zwischen Unternehmens- und Gesellschaftswerten bedeutet nachhaltige Unternehmensführung für uns, im Rahmen der eigenen Geschäftstätigkeit auch zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen. Die Kompetenz dazu bündeln wir in den zuvor beschriebenen Handlungsfeldern Lieferkette und Produkte, Energie- und Ressourcenmanagement sowie Mitarbeiter und Soziales. Innerhalb dieser Felder können wir dort, wo wir tätig werden, unsere Prozesse sowie unsere Produkte und Services fortlaufend hinsichtlich ihrer umwelt- und sozialbezogenen Folgen verbessern. Im Querschnitt zu den übrigen Handlungsfeldern unterstützen uns der Austausch im Unternehmen sowie der wirtschafts- und gesellschaftspolitische Diskurs und die Zusammenarbeit mit unseren Anspruchsgruppen dabei, frühzeitig die Anforderungen zu identifizieren und relevante Themen anzugehen.

Beispielsweise geben Konferenzen und Roadshows, aber auch Besuche in unserem Hauptsitz in Düsseldorf mit Vorstandsgesprächen und Standortbesichtigungen eine sinnvolle und gute Gelegenheit, die METRO GROUP verschiedenen Akteuren des Kapitalmarkts zu präsentieren. Den di-

rekten Dialog nutzen wir, um auf spezifische Anliegen unserer Aktionäre, potenzieller Investoren und Analysten einzugehen. Für den gesellschaftspolitischen Meinungsaustausch geben wir unseren Stakeholdern in der neuen Publikation „METRO GROUP HANDELSBRIEF“ ein Forum und wir beziehen sie eng in die inhaltliche Vorbereitung unserer Veranstaltungen wie der MITTWOCHSGESELLSCHAFTEN in Berlin und Brüssel ein.

Eine Mitarbeit in verschiedenen Gremien ist für uns sinnvoll, weil wir Fach- und Branchenkenntnisse besitzen, die im Diskurs mit Verbänden, Nichtregierungsorganisationen, der Politik und der Öffentlichkeit häufig unabdingbar sind, um geeignete Lösungen für gesellschaftliche, technische oder wirtschaftliche Herausforderungen zu finden. Beispiele für die Zusammenarbeit sind die Strategische Partnerschaft zur Harmonisierung von Standards im Rahmen der Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI) und die branchenübergreifende Kooperation zum Thema Rückverfolgbarkeit mit GS1 und weiteren Partnern entlang der Wertschöpfungskette (siehe dazu Abschnitt „Lieferkette und Produkte“). Darüber hinaus hat die METRO GROUP 2013 ein dreijähriges Abkommen mit der European Federation of Food Banks (FEBA) geschlossen, um die Tafel- bzw. Food-Bank-Bewegung auch auf europäischer Ebene zu unterstützen.

Neben diesem gesellschaftlichen Beitrag aus dem Kerngeschäft heraus wollen wir zudem unserer Verantwortung als guter Unternehmensbürger gerecht werden. Zu den Schwerpunkten unseres gemeinnützigen Engagements zählen Investitionen in das Gemeinwesen. So unterstützen wir beispielsweise Projekte an unseren Standorten oder leisten einen Betrag zur Milderung der Folgen von Katastrophen.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
STAKEHOLDER-DIALOG	Die METRO GROUP führt den Dialog mit Experten und Stakeholdern zu Themen ihrer Handlungsfelder.		Vertreter der METRO GROUP werden mindestens einmal pro Jahr mit ausgewählten Experten Themen diskutieren, die in Verbindung mit globalen Herausforderungen und die als geschäftsrelevant identifiziert wurden.	
	Durch den Ausbau von Entwicklungs- und Kooperationspartnerschaften gelingt es, Herausforderungen anzugehen; so werden wirtschaftliche wie auch gesellschaftliche Erträge erzielt.		2014 werden für relevante Themen unserer Handlungsfelder Projektansätze entwickelt und potenzielle strategische Partner für die Umsetzung identifiziert. Im Rahmen des regelmäßigen Austauschs fanden 2013 Treffen statt mit: <ul style="list-style-type: none"> <li>– BMZ: Treffen und Dialog zu Kooperationsmöglichkeiten zum Thema Nahrungssicherung.</li> <li>– GIZ: Austausch zu einer möglichen Kooperation im Energiebereich in Südostasien.</li> <li>– IDH: Austausch zum Aufbau einer Kooperation bei ASC-Produkten (Aquaculture Stewardship Council) aus Vietnam und Indien.</li> <li>– BCS, IFC und Global GAP: Treffen und Austausch zum Aufbau einer multilateralen Kooperation zur Lieferantenqualifizierung nach Global GAP in der Ukraine.</li> <li>– FAO: Zusammenarbeit im Rahmen der Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI); Austausch und Kooperationsaufbau zu Themen wie verantwortungsbewusste Beschaffung und Nahrungssicherung.</li> </ul>	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich unten auf dieser Seite.

**Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und-rankings**

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala
Dow Jones Sustainability Index (DJSI)	60	0-100
Oekom Corporate Rating	C+	A+-D-
CDP DACH 350	<b>97 A- (Disclosure/Performance) Climate Disclosure Leadership Index (CPLI) DACH: Sector Leader Consumer Discretionary (ex Auto) Index Leader MDAX</b>	0-100/A-E
CDP – Forests Program	Teilnahme	-
CDP – Water Program	Teilnahme	-

**Vertiefende Informationen und weitere Kennzahlen zum Thema**

Nachhaltigkeit finden sich im METRO GROUP Nachhaltigkeitsbericht 2012 sowie auf unserer Website unter der Rubrik Nachhaltigkeit.

**Zielerreichungsgrad**

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

## 9. Vergütungsbericht

Der nachstehende Bericht erläutert die Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der METRO AG für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 (1. Januar bis 30. September 2013) im Vergleich zum Geschäftsjahr 2012 (1. Januar bis 31. Dezember 2012) nach Maßgabe des Handelsgesetzbuchs und des Deutschen Corporate Governance Kodex. Er beschreibt das System der Vorstandsvergütung 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. Er wird hierbei durch seinen Personalausschuss beraten. Das bestehende Vergütungssystem wurde von der Hauptversammlung am 6. Mai 2011 gebilligt.

### Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands

Die Vorstandsvergütung besteht aus einer fixen Grundvergütung und zwei variablen Komponenten: der erfolgsabhängigen Vergütung (Short-Term Incentive) sowie der Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive). Zusätzlich gewährt das Unternehmen eine betriebliche Altersversorgung und Nebenleistungen.

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 Incentivierung setzt Leistungsanreize für den Vorstand, den Unternehmenswert zu steigern, und ist auf eine nachhaltige und langfristige Unternehmensentwicklung ausgerichtet. Die einzelnen Komponenten der Vorstandsvergütung stellen sich im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wie folgt dar:

#### Grundvergütung

Die Grundvergütung ist fest vereinbart und wird in monatlichen Raten ausbezahlt.

#### Erfolgsabhängige Vergütung (Short-Term Incentive)

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 23. Mai 2012 hat die METRO AG ihr Geschäftsjahr auf den Zeitraum 1. Oktober bis 30. September umgestellt. Aus diesem Grund wurde im

Jahr 2013 ein neunmonatiges Rumpfgeschäftsjahr (1. Januar bis 30. September 2013) gebildet. Das System der erfolgsabhängigen Vergütung wurde allerdings für ein zwölfmonatiges Geschäftsjahr konzipiert, das einen vollen Jahreszyklus im Handelsgeschäft einschließlich des Weihnachtsgeschäfts abbildet. Vor diesem Hintergrund hat der Vorstand bereits 2012 beschlossen, den Führungskräften und Mitarbeitern der METRO AG eine Übergangsregelung anzubieten. Danach wird der Kalkulation der erfolgsabhängigen Vergütung im Rumpfgeschäftsjahr ein voller Jahreszyklus (1. Januar bis 31. Dezember 2013) zugrunde gelegt. Die auf dieser Grundlage ermittelten Beträge werden sodann ratierlich auf den Neun-Monats-Zeitraum des Rumpfgeschäftsjahres gekürzt. Der Aufsichtsrat hat die Übergangsregelung auf Empfehlung seines Personalausschusses auch mit den Mitgliedern des Vorstands vereinbart. Der Aufsichtsrat ist der Überzeugung, dass hierdurch eine angemessene Überleitung des bestehenden Bonussystems auf das neue Geschäftsjahr erfolgt ist. Zudem wurde eine konsistente Handhabung für die Mitglieder des Vorstands und die Mitarbeiter der METRO AG erreicht.

Das Short-Term Incentive der Mitglieder des Vorstands wird im Wesentlichen dadurch bestimmt, wie sich der Return on Capital Employed (RoCE) und die Net Earnings entwickeln. Durch die Verwendung der Kennziffer Net Earnings in Kombination mit dem RoCE wird eine positive Ergebnisentwicklung der METRO GROUP honoriert. Der RoCE ergibt sich aus der Division des EBIT durch das Capital Employed, die Net Earnings entsprechen grundsätzlich dem Periodenergebnis. Der Aufsichtsrat kann eine Bereinigung um Sonderfaktoren beschließen. 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.

Die Mitglieder des Vorstands erhalten pro 0,01 Prozentpunkte RoCE oberhalb von 7 Prozent einen Betrag zwischen 500 € und 833 €. Hinzu kommt pro Million € Net Earnings ein Betrag von 304 € bis 506 € (alle Werte auf Zwölf-Monats-Basis). Der Aufsichtsrat der METRO AG legt die Höhe der Beträge auf Basis der Unternehmensstrategie und der mittelfristigen Zielsetzung fest, prüft sie regelmäßig und passt sie gegebenenfalls an. Die jährliche Auszahlung der erfolgsabhängigen Vergütung gemäß RoCE und Net Earnings ist begrenzt. Für die Vorstandsvergütung im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurden individuell folgende Werte zugrunde gelegt:

€ p. a.	Betrag pro 0,01 Prozentpunkte RoCE oberhalb 7 % <sup>1</sup>	Begrenzung der Auszahlung für das Rumpfgeschäfts- jahr 2013 <sup>2</sup>	
		Betrag pro Mio. € Net Earnings <sup>1</sup>	Betrag pro Mio. € Rumpfgeschäfts- jahr 2013 <sup>2</sup>
Olaf Koch	833	506	2.925.000
Mark Frese	500	304	1.560.000
Pieter Haas <sup>3</sup>	500	304	1.560.000
Heiko Hutmacher	500	304	1.560.000
Frans W. H. Muller <sup>4</sup>	625	380	1.950.000

<sup>1</sup> Werte auf Zwölf-Monats-Basis

<sup>2</sup> Werte auf Neun-Monats-Basis

<sup>3</sup> Mitglied des Vorstands ab 1. April 2013

<sup>4</sup> Mitglied des Vorstands bis 31. März 2013

Die erfolgsabhängige Vergütung der Mitglieder des Vorstands wird im Regelfall vier Monate nach dem Ende eines Geschäftsjahres zur Zahlung fällig. Für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 erfolgt die Auszahlung im April 2014, da der Kalkulation der erfolgsabhängigen Vergütung ein voller Jahreszyklus zugrunde gelegt wird, der sodann ratierlich auf den Neun-Monats-Zeitraum des Rumpfgeschäftsjahres gekürzt wird. Herr Muller, der mit Wirkung zum 31. März 2013 aus dem Vorstand ausschied, erhielt die erfolgsabhängige Vergütung für den Zeitraum 1. Januar 2013 bis 31. März 2013 auf Grundlage einer Schätzung bereits im April 2013.

### Anteilsbasierte Vergütung (Long-Term Incentive)

Das Long-Term Incentive ist eine Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung. Sie ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und hat eine mehrjährige Bemessungsgrundlage.

### 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. Für jedes Mitglied des Vorstands wird zunächst ein Zielwert in Euro festgesetzt. Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wird der Zielwert durch den Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich ist 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 auszuzahlenden 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 in Euro (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 erneut ausgesetzt. Die beitragsorientierte Komponente ist über die Hamburger Pensionsrückdeckungskasse WaG (HPR) kongruent rückgedeckt. Die Verzinsung der Beiträge erfolgt nach Maßgabe der Überschussbeteiligung der HPR mit einer Garantie auf die eingezahlten Beiträge. Bei Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds vor Eintritt eines Versorgungsfalls bleiben die Beiträge mit dem erreichten Stand erhalten.

Anspruch auf Versorgungsleistungen besteht,

- wenn das Dienstverhältnis mit oder nach Erreichung der Regelaltersgrenze in der deutschen gesetzlichen Rentenversicherung endet,
- als vorzeitige Altersleistung, wenn das Dienstverhältnis nach Vollendung des 60. Lebensjahres und vor Erreichen der Regelaltersgrenze endet,
- als Invalidenleistung, wenn das Dienstverhältnis vor Erreichen der Regelaltersgrenze endet und die Voraussetzungen vorliegen,
- als Hinterbliebenenleistung, wenn das Dienstverhältnis durch Tod endet.

Die Auszahlung sieht ein Wahlrecht zwischen Kapital, Ratenzahlungen und lebenslanger Rente vor. 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.

#### **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).

#### **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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 (1. Januar bis 30. September 2013)<sup>1</sup>

Tsd. €	Geschäftsjahr 2012 Rumpfgeschäfts- jahr 2013	Long-Term Incentive						Gesamt <sup>4</sup>	(Effektive Vergütung <sup>5</sup> )
		Grundvergütung	Nebenleistungen	Short-Term Incentive <sup>2</sup>	Wert der gewährten Tranchen <sup>3</sup>	(Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen)			
Olaf Koch	2012	1.200	63	75	1.522	(0)	2.860	(1.338)	
	<b>2013</b>	<b>900</b>	<b>52</b>	<b>0</b>	<b>1.573</b>	<b>(0)</b>	<b>2.525</b>	<b>(952)</b>	
Mark Frese	2012	720	142	38	913	(0)	1.813	(900)	
	<b>2013</b>	<b>540</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>944</b>	<b>(0)</b>	<b>1.501</b>	<b>(557)</b>	
Pieter Haas <sup>6</sup>	2012	0	0	0	0	(0)	0	(0)	
	<b>2013</b>	<b>360</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>944</b>	<b>(0)</b>	<b>1.311</b>	<b>(367)</b>	
Heiko Hutmacher	2012	720	186	31	913	(0)	1.850	(937)	
	<b>2013</b>	<b>540</b>	<b>86</b>	<b>0</b>	<b>944</b>	<b>(0)</b>	<b>1.570</b>	<b>(626)</b>	
Frans W. H. Müller <sup>7</sup>	2012	900	124	39	1.142	(0)	2.205	(1.063)	
	<b>2013</b>	<b>225</b>	<b>55</b>	<b>188</b>	<b>1.180</b>	<b>(0)</b>	<b>1.648</b>	<b>(468)</b>	
<b>Gesamt<sup>8</sup></b>	2012	3.540	515	183	4.490	(0)	8.728	(4.238)	
	<b>2013</b>	<b>2.565</b>	<b>217</b>	<b>188</b>	<b>5.585</b>	<b>(0)</b>	<b>8.555</b>	<b>(2.970)</b>	

<sup>1</sup>Angaben nach HGB § 285 Satz 1 Nr. 9a beziehungsweise § 314 Abs. 1 Nr. 6a (ohne Altersversorgungsaufwendungen)

<sup>2</sup>Keine Angabe für das Rumpfgeschäftsjahr 2013, da die Kalkulation des Short-Term Incentive auf Basis des Kalenderjahres 2013 erfolgt und gemäß DRS 17 erst mit vollständiger Erdienung der Ansprüche angegeben werden darf

<sup>3</sup>Dargestellt ist der Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung der Tranche

<sup>4</sup>Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, Short-Term Incentive und Wert der gewährten Tranchen

<sup>5</sup>Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, Short-Term Incentive und Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen

<sup>6</sup>Mitglied des Vorstands seit 1. April 2013

<sup>7</sup>Mitglied des Vorstands bis 31. März 2013; Short-Term Incentive gemäß Vereinbarung über die Aufhebung des Dienstvertrags auf Grundlage einer Schätzung

<sup>8</sup>Werte 2012 ausgewiesen für die im Rumpfgeschäftsjahr 2013 aktiven Mitglieder des Vorstands

### Long-Term Incentive im Rumpfgeschäftsjahr 2013

Der Zielwert für die Tranche 2013 beträgt für Herrn Koch 1,6 Mio. € und für die Herren Frese, Haas und Hutmacher jeweils 0,96 Mio. €. Nach den Bedingungen des Performance Share Plan wurden Herrn Koch 70.053 Performance Shares und den Herren Frese, Haas und Hutmacher jeweils 42.032 Performance Shares zugeteilt. Der Wert einer Share Unit betrug im Zeitpunkt der Gewährung 22,84 €. Bei den zugeteilten Performance Shares handelt es sich nicht um eine fixe Stückzahl von Rechten im Sinne der §§ 285 Satz 1 Nr. 9 a Satz 4 HGB beziehungsweise § 314 Abs. 1 Nr. 6 a Satz 4 HGB, sondern um eine Zielanzahl. Nach den Bedingungen des Performance Share Plan können Ansprüche hieraus im Zeitpunkt ihrer Gewährung nicht mit einer fixen Stückzahl beschrieben werden. Der Wert der im Rumpfgeschäftsjahr 2013 zugeteilten Performance Shares wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren (Monte-Carlo-Simulation) ermittelt. Das geforderte eigenfinanzierte Investment beträgt für Herrn Koch 0,5 Mio. € und für die Herren Frese, Haas und Hutmacher jeweils 0,32 Mio. €.

Die im Rumpfgeschäftsjahr 2013 aktiven Mitglieder des Vorstands verfügen außer über die in diesem Geschäftsjahr aus-

gegebene Tranche des Performance Share Plan über Rechte aus den folgenden Tranchen: die Herren Koch und Müller über Rechte aus den Tranchen 2010, 2011 und 2012; Herr Müller auch über Rechte aus der Tranche 2009. Herr Frese verfügt, außer über die Rechte aus der Tranche 2012, aus Vordienstzeiten innerhalb der METRO GROUP vor seiner Bestellung zum Mitglied des Vorstands über Rechte aus den Tranchen 2009, 2010 und 2011. Herr Hutmacher verfügt über Rechte aus der Tranche 2012.

——— Weitere Angaben zur Tranche 2013 finden sich im Abschnitt „Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit im Rumpfgeschäftsjahr 2013“.

### Performance Share Plan (Tranchen 2009–2013)

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats- Durchschnittskurs vor Zuteilungs- zeitpunkt	Anzahl Performance Shares Vorstand zum 30.9.2013
2009	August 2012	36,67 €	18.407
2010	August 2013	42,91 €	27.382
2011	August 2014	41,73 €	44.932
2012	April 2015	29,18 €	161.754
2013	April 2016	22,84 €	248.688

Aus der Tranche 2009 sowie aus der Tranche 2010, deren Sperrfrist im August 2012 bzw. im August 2013 endete, erfolgte im Rumpfgeschäftsjahr 2013 keine Auszahlung an die Mitglieder des Vorstands.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen anteilsbasierter Vergütungsprogramme ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 0,644 Mio. €, betreffend Herrn Frese 0,391 Mio. €, betreffend Herrn Haas 0,221 Mio. €, betreffend Herrn Hutmacher 0,398 Mio. € und betreffend Herrn Muller 0,523 Mio. €.

#### **Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit im Rumpfgeschäftsjahr 2013 (einschließlich Altersversorgung)**

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurden für die aktiven Mitglieder des Vorstands der METRO AG (davon ist ein Mitglied des Vorstands im Berichtszeitraum ausgeschieden) 4,6 Mio. € für Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit aufgewendet (12M 2012: 5,1 Mio. €). Davon entfielen auf die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,127 Mio. €, von Herrn Frese rund 0,098 Mio. €, von Herrn Haas rund 0,063 Mio. €, von Herrn Hutmacher rund 0,101 Mio. € und von Herrn Muller rund 0,032 Mio. €.

Die entsprechenden Werte nach HGB betragen für die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,123 Mio. €, von Herrn Frese rund 0,090 Mio. €, von Herrn Haas rund 0,084 Mio. €, von Herrn Hutmacher rund 0,092 Mio. € und von Herrn Muller rund 0,032 Mio. €.

Mit Herrn Muller, der mit Wirkung zum Ablauf des 31. März 2013 einvernehmlich aus dem Vorstand ausschied, wurde im Rumpfgeschäftsjahr 2013 eine Vereinbarung über die vorzeitige Aufhebung seines Dienstvertrags getroffen. Zur Abgeltung der Restlaufzeit seines Dienstvertrags (1. April 2013 bis 31. Juli 2014) wurde eine Abfindung in Höhe von 3,85 Mio. € vereinbart, die die Ansprüche von Herrn Muller unter Berücksichtigung der Entwicklung erfolgsabhängiger und anteilsbasierter Vergütungskomponenten auf Grundlage einer Schätzung abdeckt. Hinzu kamen Nebenleistungen in Höhe von 0,29 Mio. € für Dienstleistungen, Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Abschluss der Aufhebungsvereinbarung und betriebliche Altersversorgung. Darüber hinaus wurde Herrn Muller die Tranche 2013 des Performance Share Plan mit einem Zielwert von 1,2 Mio. € und einer daraus resultierenden Zuteilung von 52.539 Performance Shares gewährt; das geforderte eigenfinanzierte Investment beträgt 0,4 Mio. €. Die in der Abfindung enthaltenen variablen Komponenten für den Short Term Incentive vom

1. Januar 2013 bis 31. Juli 2014 sowie die Long Term Incentive-Tranchen 2009 bis 2013 können in Abhängigkeit vom wirtschaftlichen Erfolg der Gesellschaft zu einer zusätzlichen Vergütung führen: Herr Muller kann den etwaigen Differenzbetrag aus diesen Vergütungsteilen, die er als Mitglied des Vorstands erhalten hätte, und der insoweit gezahlten Abfindung beanspruchen.

#### **Gesamtbezüge Rumpfgeschäftsjahr 2013 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 7,0 Mio. € (12M 2012: 8,3 Mio. €) erbracht. Die für Herrn Muller beschriebenen Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit im Rumpfgeschäftsjahr 2013 sind hierin enthalten.

Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen beträgt 54,1 Mio. € (31.12.2012: 55,1 Mio. €).

Der entsprechende Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen nach HGB beträgt 46,6 Mio. € (31.12.2012: 46,7 Mio. €).

### **Ausblick: anteilsbasierte Vergütung (Long-Term Incentive)**

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurde die fünfte und letzte Tranche des Performance Share Plan begeben. Für die folgenden Jahre wird ein neuer Long-Term Incentive Plan ausgearbeitet, der auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet ist.

### **Anteilsbasierte Vergütung 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.

#### **Performance Share Plan 2009–2013**

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 entspre-

chend 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.

Der Wert der im Rumpfgeschäftsjahr 2013 insgesamt zugeteilten Performance Shares betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 17,3 Mio. € (12M 2012: 26,8 Mio. €) und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren (Monte-Carlo-Simulation) ermittelt. Es gelten folgende Bedingungen:

Performance Share Plan (Tranchen 2009–2013)

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares Führungskräfte zum 30.9.2013
2009	August 2012	36,67 €	593.300
2010	August 2013	42,91 €	283.930
2011	August 2014	41,73 €	367.163
2012	April 2015	29,18 €	578.031
2013	April 2016	22,84 €	768.591

Aus der Tranche 2009 sowie aus der Tranche 2010, deren Sperrfrist im August 2012 bzw. im August 2013 endete, erfolgte im Rumpfgeschäftsjahr 2013 keine Auszahlung.

## Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats ist in § 13 der Satzung der METRO AG geregelt. Nach der für die Vergütung für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 maßgebenden Fassung erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats neben dem Ersatz ihrer baren Auslagen eine feste und eine erfolgsabhängige Vergütung. Die feste Vergütung beträgt 35.000 € je ordentliches Mitglied. Die erfolgsabhängige Vergütung knüpft an das Ergebnis vor Steuern (EBT) und Anteilen anderer Gesellschafter im Konzernabschluss der METRO AG als Bemessungsgrundlage an. Je 25 Mio. € EBT, das im Durchschnitt des Rumpfgeschäftsjahres 2013 und der zwei diesem vorangegangenen Geschäftsjahre ein EBT von 100 Mio. € übersteigt, erhält jedes Mitglied des Aufsichtsrats eine Vergütung von 600 €. Für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 beträgt die erfolgsabhängige Vergütung 17.376 € je

ordentliches Mitglied. Die auf die feste und die erfolgsabhängige 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 <sup>1</sup>	●●
Ausschussmitglieder <sup>1</sup>	●●
Aufsichtsratsmitglieder	●

<sup>1</sup> Bei mindestens zwei Sitzungen/Beschlussfassungen

Die individuelle Höhe der festen und der erfolgsabhängigen 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 folgende Werte:

Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 gemäß § 13 der Satzung<sup>1</sup>

€	Geschäftsjahr	Multiplikator	Feste Vergütung	Erfolgsabhängige Vergütung <sup>2</sup>	Gesamt
Franz M. Haniel, Vorsitzender	2012	●●●	105.000	86.712	191.712
	2013	●●●	105.000	52.128	157.128
Werner Klockhaus, stellv. Vorsitzender	2012	●●	70.000	57.808	127.808
	2013	●●	70.000	34.752	104.752
Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Dr. Wulf H. Bernotat	2012	●†	52.500	43.356	95.856
	2013	●†	52.500	26.064	78.564
Ulrich Dalibor	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Jürgen Fitschen	2012	●/●†	46.667	38.539	85.206
	2013	●†	52.500	26.064	78.564
Hubert Frieling	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Dr. Florian Funck	2012	●	23.333	19.269	42.602
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Erich Greipl (verstorben 2.7.2013)	2012	●†	52.500	43.356	95.856
	2013	●†	30.625	15.204	45.829
Andreas Herwarth	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Uwe Hoepfel	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●/●†	44.722	22.203	66.925
Peter Küpfer	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Rainer Kuschewski	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●/●†	44.722	22.203	66.925
Prof. Dr. Klaus Mangold (bis 8.5.2013)	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	14.583	7.240	21.823
Susanne Meister (seit 8.5.2013)	2012	–	–	–	–
	2013	●	14.583	7.240	21.823
Baroness Lucy Neville-Rolfe DBE CMG (seit 8.5.2013)	2012	–	–	–	–
	2013	●	14.583	7.240	21.823
Mattheus P. M. (Theo) de Raad	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Dr. Fredy Raas (seit 31.7.2013)	2012	–	–	–	–
	2013	●/●†	8.750	5.068	13.818
Gabriele Schendel	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
Xaver Schiller	2012	●†	52.500	43.356	95.856
	2013	●†	52.500	26.064	78.564
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler	2012	●●	70.000	57.808	127.808
	2013	●●	70.000	34.752	104.752
Peter Stieger (bis 8.5.2013)	2012	●†	52.500	43.356	95.856
	2013	●†	21.875	10.860	32.735
Angelika Will	2012	●	35.000	28.904	63.904
	2013	●	35.000	17.376	52.376
<b>Gesamt<sup>3</sup></b>	2012		910.000	751.504	1.661.504
	2013		911.943	453.466	1.365.409

<sup>1</sup> Jeweils zuzüglich gegebenenfalls anfallender Umsatzsteuer gemäß § 13 Abs. 5 der Satzung<sup>2</sup> Die erfolgsabhängige Vergütung 2013 wird nach Ablauf der Hauptversammlung der METRO AG am 12. Februar 2014 fällig<sup>3</sup> Werte 2012 ausgewiesen für die im Rumpfgeschäftsjahr 2013 aktiven Mitglieder des Aufsichtsrats

Die Mitgliedschaften im Vermittlungsausschuss des Aufsichtsrats wurden im Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht vergütet.

Für Aufsichtsratsmandate bei Konzerngesellschaften wurden einzelnen Mitgliedern des Aufsichtsrats der METRO AG durch die Konzerngesellschaften für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 ebenfalls Vergütungen gewährt.

**Konzerninterne Vergütungen der Mitglieder  
 des Aufsichtsrats für das Rumpfgeschäftsjahr 2013<sup>1</sup>**

€	Geschäftsjahr	
	2012	2013
Ulrich Dalibor	9.000	<b>6.750</b>
Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Erich Greipl (verstorben 2.7.2013)	49.800	<b>29.050</b>
Uwe Hoepfel	49.800	<b>49.800</b>
Werner Klockhaus	4.090	<b>6.695</b>
Rainer Kuschewski	6.136	<b>18.979</b>
Gabriele Schendel	49.800	<b>49.800</b>
Susanne Meister	–	<b>3.000</b>
Xaver Schiller	6.500	<b>9.000</b>
Peter Stieger	9.203	<b>3.068</b>
Angelika Will	6.000	<b>2.000</b>
<b>Gesamt</b>	190.329	<b>178.142</b>

<sup>1</sup> Jeweils zuzüglich Umsatzsteuer

In den Angaben nicht enthalten sind Vergütungsansprüche eines Aufsichtsratsmitglieds aus konzerninternen Aufsichtsratsmandaten, auf deren Auszahlung das Mitglied verzichtet hat.

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: Umstellung der Aufsichtsratsvergütung auf eine reine Fixvergütung

Die Hauptversammlung 2013 hat auf Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats der METRO AG beschlossen, die Aufsichtsratsvergütung auf ein reines Fixum umzustellen. Ab dem Geschäftsjahr 2013/14 (1. Oktober 2013 bis 30. September 2014) wird keine variable Vergütung mehr gezahlt. Die künftige feste jährliche Vergütung beträgt für ein einfaches Mitglied des Aufsichtsrats 65.000 €.

## 10. 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 2013 beträgt 835.419.052,27 € und ist eingeteilt in 324.109.563 Stück auf den Inhaber lautende Stammaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: 828.572.941 €, 99,18 Prozent) sowie 2.677.966 Stück auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: 6.846.111 €, 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 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 BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung 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 besteht eine Vereinbarung zur Koordination der Ausübung der Stimmrechte aus Aktien der METRO AG. Ferner besteht zwischen der BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung 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. Schließlich besteht zwischen der Otto Beisheim Betriebs GmbH, der Otto Beisheim Holding GmbH und der OB Beteiligungsgesellschaft mbH ein Pool-Vertrag, in den die von der Otto Beisheim Holding GmbH

und der OB Beteiligungsgesellschaft mbH gehaltenen Aktien der METRO AG einbezogen sind.

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
METRO Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, Düsseldorf, Deutschland	Direkt und indirekt
METRO Vermögensverwaltung GmbH, Düsseldorf, Deutschland	Indirekt
1. HSB Beteiligungsgesellschaft GmbH & Co. KG, Schönefeld-Waltersdorf, Deutschland	Direkt und indirekt
1. HSB Verwaltung GmbH, Schönefeld-Waltersdorf, Deutschland	Indirekt
Haniel Finance B. V., Venlo, Niederlande	Indirekt
Haniel Finance Deutschland GmbH, Duisburg, Deutschland	Direkt und indirekt
Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg, Deutschland	Indirekt
BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung 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](http://www.metrogroup.de) unter der Rubrik Investor Relations 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 der 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 be-

geben 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, soweit die neue Ermächtigung reicht, höchstens aber 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 5. Mai 2010 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 4. Mai 2015 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 Optionschuldverschreibungen Optionsrechte oder -pflichten und den Inhabern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte oder -pflichten für auf den Inhaber lautende Stammaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 127.825.000 € nach näherer Maßgabe der Options- oder Wandelanleihebedingungen 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 wird der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats für die Gesellschaft 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 Gesellschaft 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 Ausgabepreis der Schuldverschreibungen ihren nach anerkannten, insbesondere finanzmathematischen Methoden ermittelten hypothetischen Marktwert nicht wesentlich unterschreitet. Diese Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts gilt für Schuldverschreibungen, die mit einem Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht ausgegeben werden, mit einem Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht auf Stammaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals, der insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht übersteigen darf, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch – falls dieser Wert geringer ist – im Zeitpunkt der Ausübung der vorliegenden Ermächtigung. Auf die vorgenannte 10-Prozent-Grenze werden (i) sowohl neue Stammaktien angerechnet, die aus einem genehmigten Kapital unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung bis zur nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG bezugsrechtsfreien Ausgabe der Schuldverschreibungen mit Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht ausgegeben werden, (ii) als auch solche Stammaktien, die aufgrund einer Ermächtigung der Hauptversammlung gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG erworben und gemäß §§ 71 Abs. 1 Nr. 8 Satz 5, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung bis zur nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG bezugsrechtsfreien Ausgabe der Schuldverschreibungen mit Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht unter Ausschluss des Bezugsrechts veräußert werden.

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 -pflichten verbundenen Schuldverschreibungen kann der Options- oder Wandlungspreis im Fall der wirtschaftlichen Verwässerung des Werts der Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten nach näherer Bestimmung der Schuldverschreibungen wertwährend angepasst werden, soweit die Anpassung nicht schon durch ein 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, Kontrollerrlangung durch Dritte) eine Anpassung der Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten vorsehen. Bei einer Kontrollerrlangung 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 vorzusehen, 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 festzulegen.

Die Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandlungsschuldverschreibungen 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 5. Mai 2010 bis zum 4. Mai 2015 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 entfällt. Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien kann ganz oder teilweise, in letzterem Fall auch mehrmals, ausgeübt werden. Sie kann auch zum Erwerb lediglich von Stammaktien oder lediglich von Vorzugsaktien ausgeübt werden.

Der Erwerb kann über die Börse oder mittels eines öffentlichen Kaufangebots erfolgen; dabei enthält die Ermächtigung 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 neben der Veräußerung über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre mit

Zustimmung des Aufsichtsrats zu folgenden Zwecken zu verwenden:

- 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 im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen;
- Einziehung von Aktien der Gesellschaft, ohne dass die Einziehung und die Durchführung der Einziehung eines weiteren Beschlusses der Hauptversammlung bedarf. Die Einziehung kann auch ohne Kapitalherabsetzung durch Anpassung 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;
- 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 entfällt. Die Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals vermindert sich um den anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien entfällt, die (i) während der Laufzeit dieser Ermächtigung im Rahmen einer Kapitalerhöhung unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden oder die (ii) zur Bedienung von Options- oder Wandlungsschuldverschreibungen mit Options- oder Wandlungsrecht oder einer Options- oder Wandlungspflicht auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden;
- Lieferung von Aktien an die Inhaber von Options- oder Wandlungsschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften 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 den Inhabern von Options- oder Wandlungsschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften in dem Umfang gewährt werden dürfen, in

dem die Inhaber der Options- oder Wandelschuldverschreibungen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder der 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 entfallen. Auf diese Begrenzung sind Aktien anzurechnen, die in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung zum Zeitpunkt der Verwendung ausgegeben oder veräußert wurden.

Die vorgenannten Ermächtigungen zur Verwendung eigener Aktien können einmal oder mehrmals, ganz oder in Teilen, einzeln oder gemeinsam ausgenutzt werden. Eigene Aktien, die zur Absicherung von Verpflichtungen unter dem Performance Share Plan 2009 aufgrund der vorgenannten Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien erworben wurden, können ausschließlich über die Börse veräußert werden.

Bei Verwendung eigener Aktien gemäß den vorgenannten Ermächtigungen mit Ausnahme der Ermächtigung zur Einziehung von Aktien wird das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 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.

## 11. 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, Herrn Mark Frese. Die eigentliche Aufstellung der Abschlüsse sowie des zusammengefassten Lageberichts im rechtlichen Sinn obliegt jedoch dem Gesamtvorstand der METRO AG. Im Nachgang 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 Aufsichtsratsitzung 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 auch 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 gemacht. Durch diese Vorgaben soll insbesondere sichergestellt werden, dass die relevanten Rechnungslegungsvorschriften sowie die entsprechenden inter-

nen 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 identifiziert. 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 im letzten Quartal 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.

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 die Europäische Kommission genehmigt hat. 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 Anlagenbuchhaltung, 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 liegt 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 rechnungswesensspezifischer 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, Aufwands- und Ertrags-, 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 durchzuführenden 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 Abschlussstellungsprozesse, 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 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 Konzern-

abschluss zum Jahresende. Die abschließende prüferische Beurteilung des Konzernabschlusses wird in Form eines Bestätigungsvermerks im Geschäftsbericht veröffentlicht.



## 12. Risiko- und Chancenbericht

### Risiko- und Chancenmanagementsystem

In einem dynamischen Marktumfeld ist es eine grundlegende unternehmerische Aufgabe, Chancen frühzeitig zu erkennen und zu nutzen. Dies ist die Voraussetzung für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens. Die METRO GROUP ist zudem regelmäßig Risiken ausgesetzt, die das Erreichen ihrer 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 die Unternehmensstruktur der METRO GROUP wider. Wir verbinden die zentrale Konzernsteuerung durch die Management-Holding 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 Teilsysteme 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-Teilsystemen. Mit Wirkung zum 1. Juli 2013 hat der Vorstand der METRO AG eine Richtlinie für „Governance, Risiko und Compliance“ erlassen, in der die Grundprinzipien des GRC-Systems geregelt und dokumentiert werden. 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 oder künftige Regelungen der GRC-Teilsysteme. Auf dieser Basis wollen wir die Effizienz des GRC-Systems innerhalb der METRO GROUP insgesamt erhöhen und die Wirksamkeit der GRC-Teilsysteme kontinuierlich verbessern.

Im Konzernkomitee für Governance, Risiken und Compliance unter gemeinsamer Leitung des Vorstandsvorsitzenden und des Finanzvorstands der METRO AG erfolgt regelmäßig ein Austausch über die Methodenharmonisierungen der GRC-Teilsysteme und über die aktuelle Risiko- und Chancensituation. Ständige Mitglieder sind Vertreter der Konzernbereiche Corporate Accounting (einschließlich Corporate Risk Management und Internal Control Finance), Corporate Planning & Controlling, Corporate Legal Affairs & Compliance (einschließlich Internal Control Operations), Group Internal Audit, Corporate Group Strategy/M&A sowie der Group Finance Director.

#### 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 Wirksamkeit durch die Geschäftsführung der 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 Unterneh-



mensbereich) unterzieht der Abschlussprüfer das Risikofrüh-erkennungssystem als Teil des Risikomanagementsystems einer periodischen Beurteilung. Das Ergebnis dieser Prüfung legt er Vorstand und Aufsichtsrat vor.

Das Mandat für die Aufrechterhaltung und Entwicklung des Risikomanagementsystems der METRO GROUP 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 fest. Er koordiniert den zugrunde liegenden Prozess. In diesem Zusammenhang informiert er den Vorstand der METRO AG zeitnah und kontinuierlich über

wesentliche Entwicklungen im Risikomanagement, stellt den Informationsaustausch innerhalb der METRO GROUP sicher und unterstützt die Weiterentwicklung des Risikomanagements in sämtlichen Vertriebslinien und Konzernbereichen.

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 erzielten Ergebnisse und gemachten 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

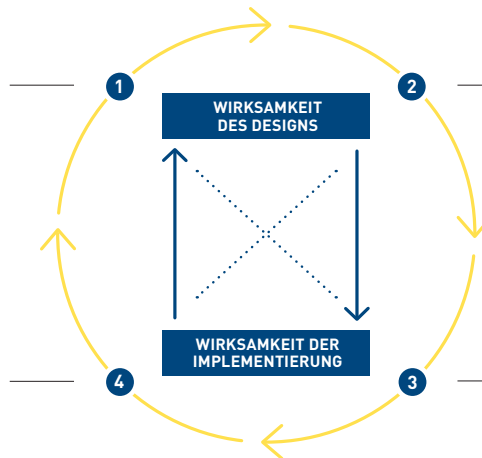
**VERTRIEBSLINIEN/SEGMENTE**

**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 Controllingssystems der METRO GROUP. Bei Chancen kann es sich um interne oder externe Ereignisse und Entwicklungen handeln, die unsere Geschäftsentwicklung positiv beeinflussen können. Grundsätzlich streben wir ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Chancen und Risiken an.

Wir führen makroökonomische Untersuchungen durch und werten Markt-, Wettbewerbs- sowie Standortanalysen aus. Zudem befassen wir uns mit den kritischen Erfolgsfaktoren 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, Konzerngesellschaft-

ten und zentralen Holdingeinheiten. 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 Chancen- und Risikokommunikation ist das Konzernberichtswesen. Es wird durch das Berichtswesen zum Chancen- und Risikomanagement 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 fachlich 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 Risikokoordinatoren und GRC-Komitee in einem dritten Schritt validiert und konkrete Handlungsmaßnahmen zur verbesserten Risikosteuerung abgeleitet.

Darüber hinaus berücksichtigen wir die im Kontext des strategischen Planungsprozesses erstellten Analysen der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Außerdem beziehen wir die Analysen der Berichte ein, die wir im Rahmen von Mittelfristplanungen und Hochrechnungen erstellen.

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

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.

Im Berichtszeitraum haben wir erstmals ein übergreifendes Risiko- und Chancenportfolio für die METRO GROUP erstellt, das zusätzlich die Erkenntnisse aus dem internen Kontroll- und aus dem Compliance-Managementsystem, dem Chancen-Managementsystem sowie aus der internen Revision berücksichtigt. Diese Aufstellung ermöglicht uns eine verbesserte 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.

## 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 die konzernweit gültige Risikorichtlinie der METRO GROUP. 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 (englisch: Cluster) der Unternehmensziele. Die METRO GROUP hat hierfür folgende Gruppierungen definiert:

- Strategische Ziele mit Bezug auf die Sicherung der wirtschaftlichen Grundlagen für die Zukunft (englisch: Cluster Strategy)
- Operative Ziele mit Bezug auf die Erreichung festgelegter operativer Kennzahlen (englisch: Cluster Operations)
- Ziele für die Unternehmensführung mit Bezug auf die Einhaltung von Gesetzen, Normen, internen Richtlinien und Verfahrensbeschreibungen (englisch: Cluster Governance)
- Ziele mit Bezug auf eine adäquate Vorbereitung zur Bewältigung von Ereignisrisiken wie Störfällen, Betriebsunterbrechungen und sonstigen krisenhaften Ereignissen (englisch: 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 identifizierten 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:  $\geq 50$  Mio. €,  $\geq 100$  Mio. €,  $\geq 500$  Mio. €. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird in fünf Klassen aufgeteilt: gering ( $< 10$  Prozent), unwahrscheinlich ( $\geq 10$ –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 Bruttoisiken, 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.

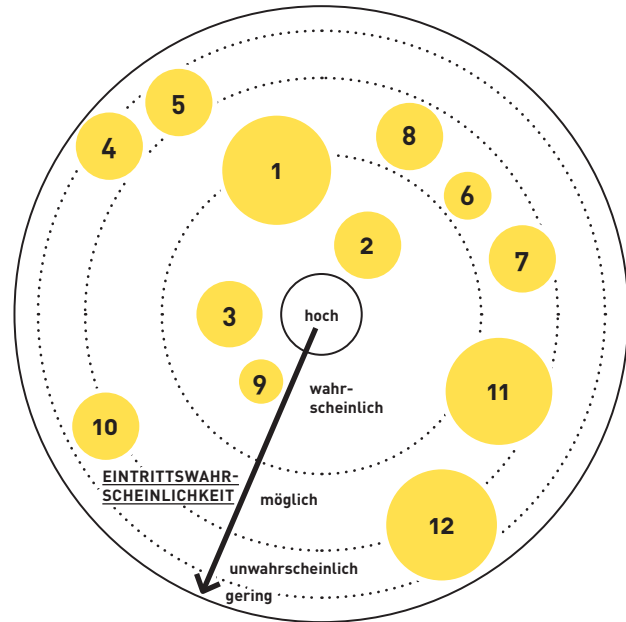
## Darstellung der Risikosituation

Das gesamte Risikoportfolio der METRO GROUP haben wir Risikogruppen zugeordnet. Für den Berichtszeitraum hat der Vorstand der METRO AG neben den allgemeinen Risiken zwölf besonders relevante Risiken (Bruttoisiken) für die

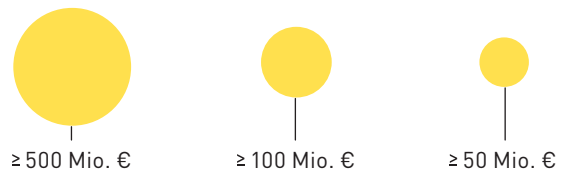
METRO GROUP identifiziert und bewertet, die in folgender Übersicht dargestellt sind:

Risikogruppe	Nr.	Besonders relevante Risiken 2013
<b>Umfeldrisiken</b>		
Gesamtwirtschaftliche und gesellschaftspolitische Risiken		
Umweltrisiken		
<b>Branchenrisiken</b>		
Risiken aus dem Handelsgeschäft	1	Herausforderung des Geschäftsmodells/ Änderung des Kundenverhaltens
	2	Verlust von Kunden mit geringen Umsätzen (C-Kunden) bei METRO Cash & Carry
	3	Unzureichende kundenorientierte Nicht-Lebensmittel-Strategie bei METRO Cash & Carry
	8	Unzureichende Umsetzung strategischer Projekte
Immobilienrisiken	4	Nicht profitable Nutzung von Verkaufsflächen
<b>Leistungswirtschaftliche Risiken</b>		
Lieferanten- und Produktrisiken		
Risiken der Logistik		
<b>Risiken aus dem Finanzbereich</b>		
	7	Unerwartete Abweichungen vom Budget oder von der Prognose
	11	Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte und anderer Vermögenswerte
	12	Rückstufung des Ratings mit negativen Auswirkungen auf Liquidität und Konzernfinanzierung
<b>Sonstige Risiken</b>		
Risiken aus Portfolioänderungen		
Informationstechnische Risiken	5	Betriebsunterbrechungen durch Mängel in den IT-Systemen
Personalrisiken	6	Unzureichende Entwicklung und Pflege von Talenten
Rechtliche und steuerliche Risiken	10.1	Verstöße gegen Kartell- oder Wettbewerbsrecht
Compliance-Risiken	10.2	Korruption
	9	Unzureichende bzw. ineffektive interne Kontrollen in Markt-, Einkaufs-, Expansions- und Bauprozessen

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



**Kreisgröße = potenzielle Auswirkung**



**Erläuterung**

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

Die Breite der Ringe visualisiert die zugrunde liegende Eintrittswahrscheinlichkeit.

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

## Umfeldrisiken

### Gesamtwirtschaftliche und gesellschaftspolitische Risiken

Als international agierendes Unternehmen ist die METRO GROUP abhängig von der politischen und wirtschaftlichen Situation der Länder, in denen sie tätig ist. Insbesondere in den Ländern Europas war die Entwicklung im Rumpfgeschäftsjahr 2013 erneut von der Staatsschuldenkrise geprägt. Erst im Jahresverlauf kam es nach der längsten Rezession in der Geschichte der Europäischen Währungsunion zu einer allmählichen wirtschaftlichen Erholung. Die Handelsentwicklung bleibt dennoch belastet, da sich die Sparprogramme der Regierungen und eine hohe Arbeitslosigkeit weiter negativ auf die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte auswirken. Insgesamt wird diese Belastung im Zeitverlauf abnehmen, allerdings ist bei der Konsolidierung der Staatshaushalte immer wieder mit Rückschlägen zu rechnen. Die Region Osteuropa hat während der Rezession in Westeuropa ebenfalls an wirtschaftlicher Dynamik eingebüßt. Für die kommenden Jahre erwarten wir aber für die Länder Osteuropas wieder ein höheres Wachstum. Gleichzeitig ist das Wachstumspotenzial in der Region nach wie vor hoch. In den Wachstumsmärkten Asiens rechnen wir – trotz eines Rückgangs der hohen Dynamik früherer Jahre – damit, dass die Binnennachfrage weiter zunimmt und sich eine kaufkräftige Mittelschicht herausbildet. Das Risiko-Chancen-Profil für die kurz- und mittelfristige Entwicklung des Handelssektors und damit der METRO GROUP hat sich im Vergleich zum Vorjahr insgesamt erneut leicht verbessert. Um mögliche Risiken aus der regional uneinheitlichen wirtschaftlichen Entwicklung zu reduzieren, expandieren wir gezielt in den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa.

Unsere internationale Aufstellung macht es erforderlich, mögliche volkswirtschaftliche, rechtliche und politische Risiken zu berücksichtigen. 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. Soweit möglich und sinnvoll, versichern wir uns umfassend gegen Betriebsausfälle, die beispielsweise infolge politischer Unruhen entstehen können. Ein professionelles Krisenmanagement ermöglicht eine schnelle Reaktion und Krisenbewältigung. So haben wir im Rumpfgeschäftsjahr 2013 schnell und effektiv auf die erneuten Unruhen in Ägypten durch vorübergehende Schließung unserer zwei Märkte und der Zentrale reagiert. Unsere internationale Präsenz hat den Vorteil, dass wir volkswirtschaftliche, rechtliche und politische Risiken sowie Nachfrageschwankungen zwischen Ländern ausgleichen können.

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 durch Machbarkeitsstudien. Nur bei einer angemessenen Risiko- und Chancensituation erfolgt die Erschließung. Die Risiken lassen sich auch durch Kooperationen mit lokalen Unternehmen verringern. Diese kennen das rechtliche, politische und wirtschaftliche Umfeld in dem jeweiligen Land. 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 stellen Schwierigkeiten mit lokalen Behörden insbesondere in Schwellenländern dar. Der Eintritt dieser Risiken hätte zur Folge, dass sich Umsatz und Ergebnis schlechter als prognostiziert entwickeln würden.

Details zur Einschätzung der weiteren Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds sind im Kapitel 13 Nachtrags- und Prognosebericht dargestellt.

## 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. So werden wir bis 2020 unsere spezifischen Treibhausgasemissionen gegenüber 2011 signifikant verringern. Um dieses Ziel zu erreichen, optimieren wir unter anderem unser Energiemanagement. Mithilfe von Energiesparmaßnahmen können wir zudem unsere Kosten für Energie reduzieren beziehungsweise angesichts steigender Preise stabil halten.

Die METRO GROUP hat sich im Rahmen des Consumer Goods Forum verpflichtet, ab 2015 bei jeder neuen Kälteanlage nur noch natürliche Kühlmittel wie Kohlendioxid einzusetzen. Der Einsatz von natürlichen Kühlmitteln ist auch ein wesentlicher Baustein zur Anpassung an regulatorische Änderungen bezüglich Kühlmittel. Auf Ebene der Europäischen Union wird derzeit eine Überarbeitung der Verordnung über fluorierte Treibhausgase vorbereitet.

Mittelfristig können die Auswirkungen des Klimawandels zu Einschränkungen bei der Verfügbarkeit von Rohstoffen führen, zum Beispiel durch Ernterückgänge bei landwirtschaftli-

chen Produkten infolge veränderter klimatischer Bedingungen. Dies kann Preisanstiege für landwirtschaftliche Produkte verursachen. Hier setzt die METRO GROUP bereits heute an und schult Lieferanten in Schwellenländern, um dort Nachernteverluste zu verringern. Über Risiken und Chancen aus dem Klimawandel berichtet die METRO GROUP ausführlich im Rahmen ihrer jährlichen Teilnahme am Carbon Disclosure Project (CDP).

Weitere Informationen zum Umweltschutz sind im Kapitel 8 Nachhaltigkeitsmanagement dargestellt.

## 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 hohe 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 (Nummer 1). Um diesen Risiken entgegenzuwirken, haben wir unsere Vertriebskanäle erweitert, indem wir im Sinne einer vertriebslinienspezifischen Mehrkanalstrategie unsere Online-Aktivitäten verstärkt, das Belieferungsgeschäft ausgebaut und ein „Drive-in“-Konzept eingeführt haben. Darüber hinaus bauen wir für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry mit einem Franchise-Konzept neue Standorte auf und intensivieren parallel dazu die Beobachtung von Wettbewerbern. Für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry besteht das Risiko des Verlusts von Kunden mit relativ geringen Umsätzen, der sogenannten C-Kunden (Nummer 2). Als Gegenmaßnahme implementieren wir notwendige Sortiments-, Preis-, Kommunikations- und Marketingmaßnahmen auch unter Einbezug sozialer Medien. Darüber hinaus lancieren wir gezielte Kampagnen, die unseren Marktanteil im C-Kunden-Bereich stärken (zum Beispiel 50-Jahres-Jubiläumskampagne bei METRO Cash & Carry). Generell besteht bei METRO Cash & Carry das potenzielle Risiko, den Kundenbedürfnissen im Nicht-Lebensmittel-Bereich nicht

gerecht zu werden (Nummer 3). Um diesem Risiko Rechnung zu tragen und zielgerichtete Angebote vorzuhalten, optimieren wir unsere Vertriebskonzepte kontinuierlich und passen sie den Bedürfnissen und dem Einkaufsverhalten unserer Kunden an. So erweitern wir beispielsweise 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. In diesem Zusammenhang haben wir im aktuellen Berichtszeitraum gezielt unser Nicht-Lebensmittel-Sortiment überarbeitet und aus Kundensicht weniger attraktive Artikel aus dem Sortiment genommen. Wir verfolgen Transformationsprogramme, um Umsatz und Ertrag nachhaltig zu steigern und die Werthaltigkeit von Vermögenswerten sicherzustellen. Des Weiteren existieren strategische Projektrisiken, die dem Projekterfolg gegebenenfalls entgegenstehen (Nummer 8). Zur Begrenzung dieser Risiken ist ein umfassendes Monitoring der Umsetzung von Projekten in den Landesgesellschaften implementiert. Zusätzlich setzen wir gezielt finanzielle Anreize zur erfolgreichen Umsetzung unserer Projekte. 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 Panel-Marktforschung beruhen. Zu den Zeitreihenanalysen zählt auch die Beobachtung von Produktsegmenten im Markt über einen bestimmten Zeitraum.

### Immobilienrisiken

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

- Verkaufsflächen, die nicht mehr profitabel genutzt werden können (Nummer 4),
- ein starker Wettbewerb um geeignete Grundstücke,
- das Risiko von Fehlentscheidungen bei der Standortwahl, die sich beispielsweise darin zeigen, dass Neueröffnungen nicht so gut wie geplant von den Kunden angenommen werden, sowie
- die Verschlechterung der Profitabilität eines Standorts, zum Beispiel aufgrund rückläufiger Umsätze oder Mietsteigerungen.

Um dem Risiko der Entstehung eines Wartungs- und Reparaturstaus in den Märkten vorzubeugen, erfolgt ein laufendes Monitoring der Einhaltung von Instandhaltungserfordernissen. Zudem kann es an einigen Standorten zu Mietausfällen durch

Insolvenzen von Drittmietern, wie im Berichtszeitraum die Insolvenz von Praktiker, oder einer möglichen Mietunterdeckung kommen. Darüber hinaus ist unser Immobilienportfolio in manchen Regionen Naturkatastrophen wie Erdbeben, Überschwemmungen oder Stürmen ausgesetzt, gegen deren mögliche Auswirkungen wir uns durch bauliche Maßnahmen sowie entsprechende Versicherungen schützen.

Wir begegnen diesen Risiken durch ein aktives Immobilienmanagement, ein professionelles strategisches und operatives Investitionscontrolling sowie durch technisches Risikomanagement. Das aktive Immobilienmanagement schließt die Entwicklung von Konzepten zur Nutzung von überschüssigen Flächen ein. 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 diesen und stellen dadurch die permanente Optimierung des Standortnetzes sicher. Eine kontinuierliche Überwachung der Mieteingänge und die frühzeitige Suche nach bonitätsstarken Drittmietern sind unsere Antwort auf Risiken aus der externen Vermietung.

### **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 der Compliance-Standards der METRO GROUP könnten dem Ansehen der METRO GROUP großen Schaden zufügen und den Unternehmenserfolg nachhaltig 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. Die METRO GROUP engagiert sich zudem seit vielen Jahren für menschenwürdige Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben und setzt dafür zahlreiche Maßnahmen um. So verlangen wir von unseren Eigenmarkenlieferanten grundlegende Menschenrechte zu wahren und faire Arbeitsbedingungen zu gewährleisten. Als Beleg dafür fordern wir in den Lieferverträgen eine Prüfung nach den Anforderungen des BSCI-Standards (englisch: Business Social Compliance Initiative) oder äquivalenter Standards. Diese Anforderung gilt für Eigenmarkenlieferanten von Nicht-Lebensmitteln, die in Risikoländern Endprodukte fertigen und in die Europäische Union importieren. Mit gezielten Trainingsprogrammen unterstützen wir Lieferanten besonders in Schwellenländern dabei, die gesetzten Anforderungen zu den Bereichen Produktqualität, Sicherheits- und Umweltstandards zu erfüllen sowie faire und menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu schaffen. Seit diesem Jahr unterstützen wir außerdem inhaltlich und finanziell das internationale Brandschutzabkommen für mehr Gebäudesicherheit in der Textilindustrie von Bangladesch. Unsere Anforderungen an Zulieferer sind vor allem vertraglich geregelt. Die Einhaltung überprüfen wir regelmäßig. Verstöße gegen die Auflagen können zum Ausschluss aus unserem Lieferantennetzwerk führen oder bei nicht akzeptablen Produktionsmethoden wie beispielsweise der gesundheitsschädlichen Sandstrahltechnik bei Jeans gar 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 verknappten können. Dies kann dazu führen, dass Einkaufspreise steigen oder eine gewisse Volatilität entsteht. Beispielswei-



se können sich die Einkaufspreise einer Vielzahl von Artikeln auch durch einen Preisanstieg im Energiebereich erhöhen. Den Beschaffungsrisiken treten wir durch weitere Optimierungen der Einkaufsprozesse entgegen, wie beispielsweise durch die gemeinsame Beschaffung und die Konditionsverhandlung mit unseren Lieferanten. Die zügige Umsetzung dieser Maßnahmen ist ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Über das eigene Engagement und die aktive Unterstützung von Initiativen, die sich den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen zum Ziel setzen, gelingt es uns, einen Beitrag zur dauerhaften Verfügbarkeit von Rohstoffen zu leisten. Ein Beispiel hierfür ist unsere konzernweit gültige Fischeinkaufspolitik, die zur bestandserhaltenden Fischerei beiträgt. Darüber hinaus engagieren wir uns in den Organisationen Marine Stewardship Council (MSC) und Aquaculture Stewardship Council (ASC). Diese vergeben Produktsiegel für umweltverträglichen und bestandserhaltenden Fischfang beziehungsweise für Aquakulturen, die ökologisch nachhaltig und sozial verantwortungsvoll arbeiten. Bereits 2011 ist die METRO GROUP dem Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO – Roundtable on Sustainable Palm Oil) beigetreten. Die Organisation setzt sich aus Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen zusammen und tritt für nachhaltige Anbaumethoden bei der Palmölpflanze ein, einem Rohstoff, der vor allem im Kosmetik- und Süßwarenereich eingesetzt wird.

Weitere Beispiele für Produktrisiken sind Versorgungsengpässe nach Naturkatastrophen, längere Lieferzeiten und Preiserhöhungen. Das Beschaffungsmanagement der METRO GROUP schafft die erforderlichen Strukturen, um die Warenverfügbarkeit jederzeit sicherzustellen.

——— Unser Engagement für eine nachhaltige Lieferkette ist im Kapitel 8 Nachhaltigkeitsmanagement beschrieben.

### Risiken der Logistik

Aufgabe der Logistik ist es, eine hohe Sicherheit bei der Versorgung mit Waren bei optimierten Kostenstrukturen und gleichzeitiger Berücksichtigung von nachhaltigkeitsrelevanten Aspekten wie Energie- und Kraftstoffverbrauch zu gewährleisten. Die große Vielfalt von Waren und Artikeln sowie der hohe Warenumschlag sind allerdings mit organisatorischen, informationstechnischen und logistischen Risiken sowie mit Warenbestands-Risiken verbunden. Diese Risiken erhöhen sich durch die internationale Ausrichtung sowie die Konzentration auf nationale, regionale und lokale Warensortimente. Mit dem Ausbau unserer Online-Aktivitäten und des Mehrkanalgeschäfts, der Belieferung sowie weiterer innovativer Vertriebs-

formate ergeben sich zusätzliche Herausforderungen. Störungen in der Wertschöpfungskette, etwa bei der Lieferung von Waren, können zu unzureichender Warenverfügbarkeit führen. Wir reduzieren die Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten und Dienstleistungsunternehmen, indem wir den Geschäftspartnerkreis erweitern und intern dem Prinzip der effizienten Arbeitsteilung folgen.

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 im Verderb von Nahrungsmitteln auf dem Weg vom Erzeuger bis in die Märkte resultieren 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 für die 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.

### Risiken aus dem Finanzbereich

Die Treasury der METRO AG steuert die finanzwirtschaftlichen Risiken der METRO GROUP. Preisänderungsrisiken (Zinsrisiken, Währungsrisiken, Aktienkursrisiken), Liquiditätsrisiken, Bonitätsrisiken bei Kontrahenten für Finanzgeschäfte sowie Risiken aus Schwankungen der Zahlungsströme können erhebliche negative Auswirkungen auf unser Finanzergebnis haben.

Integraler Bestandteil der Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken ist zudem die Gewährleistung eines uneingeschränkten Kapitalmarktzugangs für die METRO GROUP. Eine Herabstufung unseres Ratings hätte negative Auswirkungen auf unsere Liquidität und die Konzernfinanzierung (Nummer 12). Um dem entgegenzuwirken, richtet sich unsere Strategie auf einen Abbau der Verschuldung, indem wir unter anderem das Netto-Betriebsvermögen weiter optimieren sowie unsere Investiti-



onsmittel auf unternehmenswertsteigernde Maßnahmen konzentrieren. Wir gewinnen dadurch Spielräume zur Finanzierung der Transformation unserer Geschäftsmodelle im Hinblick auf die sich ständig ändernden Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden und können darüber hinaus unser Rating weiter stabilisieren und mittelfristig wieder verbessern. Ein weiteres identifiziertes Risiko betrifft unerwartete Abweichungen vom Budget oder von der Prognose (Nummer 7). Dies könnte dazu führen, dass wir unsere Planzahlen nicht erreichen und dadurch eine Neubewertung von Vermögenswerten, einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerte, nötig wird, welche unsere Vermögens- und Ertragslage negativ beeinträchtigen würde (Nummer 11). Maßnahmen zur Begrenzung dieses Risikos wird daher eine hohe Priorität eingeräumt. Unter anderem wirken wir diesem Risiko durch ein enges Monitoring von Chancen und Risiken sowie durch effektive interne Kontrollen für den Budget- und Prognoseprozess entgegen. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems ist regelmäßig Teil des Prüfungsplans der internen Revision. Zudem implementieren wir strategische Ergebnisverbesserungsinitiativen insbesondere in Ländern, die einem Wertminderungsrisiko unterliegen.

— Diese Risiken und ihr Management sind im Konzernanhang unter Nummer 43 „Management der finanzwirtschaftlichen Risiken“ detailliert beschrieben.

## 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 Konzernernstfolg 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.

Innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2013/14 erwarten wir, den Verkauf des Osteuropageschäfts (ohne die Türkei) unserer Vertriebslinie Real abzuschließen. Real Ukraine wird seit dem 1. März 2013, Real Russland seit dem 1. April 2013 und Real Rumänien seit dem 1. September 2013 nicht mehr in den Konzernabschluss der METRO GROUP einbezogen. Die Übertragung des Real-Geschäfts in Polen wird in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2013/2014 nach erfolgter Kartellfreigabe erwartet. Risiken, die aus dieser Portfolioänderung resultieren, sind in der Finanzberichterstattung, sofern bilanziell möglich, berücksichtigt.

### Informationstechnische Risiken

Die Anforderungen an unsere Informationstechnik (IT) sind durch neue Formate und Vertriebskanäle, beispielsweise den Online-Handel und die Belieferung, deutlich gestiegen. Zu ihren Aufgaben gehören darüber hinaus Echtzeitanalysen von Geschäftsprozessen sowie eine zeitnahe Überwachung und Steuerung von Warenflüssen. Regulierungen, etwa zum Datenschutz oder bei der Verarbeitung von Kreditkarten, die damit einhergehende verstärkte öffentliche Diskussion bei Fehlverhalten sowie eine zunehmende Komplexität der IT bergen weitere Risiken für unser Unternehmen.

Aus diesem Grund haben wir die organisatorischen Maßnahmen verstärkt, mit denen wir die Einhaltung interner und externer Regelungen zur Informationstechnik sicherstellen. Wir überprüfen Systeme, die an das Internet angebunden sind, regelmäßig auf Schwachstellen. Der gewachsenen Komplexität der modernen IT-Landschaft begegnen wir mit verschärften Regeln für das Management und einer zentralen Unternehmensarchitektur, dem sogenannten Enterprise Architecture Management.

Wichtige Geschäftsabläufe wie Bestellung, Vermarktung und Verkauf beruhen seit Jahren auf IT-Systemen. 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 (beispielsweise durch Brand, Naturkatastrophen oder kriminelle Handlungen) steht ein Krisenplan zur Verfügung (Nummer 5).

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 Anfang 2013 in Kraft getreten ist. Das Rahmenwerk soll sicherstellen, dass die Informationen vertraulich (Zugriff nur für befugte Benutzer) und integer (Richtigkeit und Vollständigkeit) sind. Die Management-Prinzipien für IT-Sicherheit beschreiben unter anderem die Aufbau- und Ablauforganisation. Die implementierten IT-Sicherheitskontrollen sind im Einklang mit dem Industriestandard ISO 27000 definiert, so legt beispielsweise die IT-Sicherheitsrichtlinie die Vorgaben für die Passwortvergabe fest. 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 von der internen Revision und externen Prüfern nach dem internationalen Standard für Prüfberichte von Dienstleistungsunternehmen ISAE 3402 (International Standard on Assurance Engagement) prüfen und zertifizieren.

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.

Mit unserer unternehmensweiten Personalpolitik verfolgen wir den Grundsatz „Fördern und Fordern“. Diesem wird Rechnung getragen 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 im Berichtszeitraum von 7,7 Prozent gehören wir zu den großen Ausbildern in Deutschland. Dazu zählt weiterhin auch, dass wir beruflich wie sozial benachteiligte Jugendliche sowie junge Menschen mit Behinderung in den Arbeitsalltag integrieren. Das Prinzip der Vielfalt und Gleichbehandlung aller Mitarbeiter unterstützt uns dabei, die besten Fach- und Führungskräfte langfristig an uns zu binden. 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 von Talenten (Nummer 6).

Konzepte zur Gesundheitsförderung, Angebote wie Bildschirmarbeitsbrillen, Rückenschulungen, Fitnesskurse, Betriebssport, Ernährungstipps, Ergonomieberatungen, Trainings für die Stressprävention und Mitarbeiterberatungsprogramme sorgen für ein sicheres, gefahrungsfreies Arbeitsumfeld. Risiken durch Verletzung geltender Arbeitsnormen begegnen wir durch respektvollen Umgang mit den Mitarbeitern, unterstützt durch Leitlinien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft. Diese Leitlinien haben ein Arbeitsumfeld zum Ziel, das von Respekt, Fairness und Partnerschaftlichkeit geprägt ist.

— Weitere Informationen zur Personalpolitik der METRO GROUP sind im Kapitel 6 Mitarbeiter dargestellt.

### 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, wie beispielsweise wegen etwaiger Verstöße gegen das Kartell- oder Wettbewerbsrecht (Nummer 10.1), ergeben. Kartellrechtsrisiken können im Rahmen der geschäftlichen Beziehungen zu Lieferanten der METRO GROUP auftreten, etwa wenn nicht sichergestellt wird, dass die Konditionsvereinbarungen mit der jeweils anwendbaren Rechtsordnung im Einklang stehen.

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 Steuern 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 Steuern der METRO AG und den Landesgesellschaften abgestimmt.

### Beherrschung der Media-Saturn-Holding GmbH

Auf der Grundlage des am 8. August 2012 ergangenen Schiedsspruchs sowie des rechtskräftigen Urteils des Oberlandesgerichts (OLG) München vom 9. August 2012 sieht sich der Vorstand in seiner Auffassung bestätigt, dass die Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe nach den einschlägigen IFRS-Regelungen in der Vergangenheit und auch im Konzernabschluss zum 30. September 2013 zutreffend erfolgt ist. Ein Minderheitsgesellschafter der Media-Saturn-Holding GmbH (MSH) hat allerdings im Rahmen des von METRO initiierten Verfahrens vor dem OLG München zur Vollstreckbarerklärung des Schiedsspruchs vom 8. August 2012 beantragt, den Antrag von METRO unter Aufhebung des Schiedsspruchs abzulehnen. Außerdem haben von dem Minderheitsgesellschafter entsandte Beiratsmitglieder mehrere Klagen gegen MSH erhoben und darin Beschlüsse des Beirats der MSH angegriffen. Ferner hat ein Aktionär der METRO AG Klage erhoben auf Feststellung der Nichtigkeit des festgestellten Jahresabschlusses der METRO AG zum 31. Dezember 2012, gestützt 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. Sollte – entgegen der Erwartung des Vorstands – das OLG München den Schiedsspruch aufheben und darüber hinaus ein

Schiedsgericht in einem weiteren Verfahrensschritt auch noch in der Sache zuungunsten von METRO entscheiden, im Rahmen der Klagen von Beiratsmitgliedern von dem Schiedsspruch abweichende Beurteilungen der relevanten Fragen erfolgen oder im Rahmen der Klage des Aktionärs der METRO AG ein Gericht von einer fehlerhaften Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe ausgehen, müsste die Auffassung des Vorstands bezüglich der Vollkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe überprüft werden; 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 cashwirksamen 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 enthält der Konzernanhang unter Nummer 46 „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 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, Regelverstößen im Unternehmen systematisch und dauerhaft vorzubeugen. Die METRO GROUP identifiziert regelmäßig verhaltensbedingte Unternehmensrisiken.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 hat die METRO GROUP ihre Abläufe beim Umgang mit Compliance-Vorfällen weiterentwickelt. Neu strukturierte Prozesse zum Umgang mit Compliance-Vorfällen und zu Compliance-Schulungen sorgen für konsistentere Abläufe im Compliance-Managementsystem. 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 internatio-

nen Expansionstätigkeit oder bei Genehmigungsprozessen bestehen. Zum anderen können sie im geschäftlichen Umgang mit Lieferanten und weiteren Geschäftspartnern entstehen (Nummer 10.2). 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 eine Compliance-Prüfung 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.

Durch die Stärkung des internen Kontrollsystems des Unternehmens werden die Compliance- und Governance-Anforderungen zunehmend in die operativen Geschäfts- und Finanzprozesse integriert und überprüft. Auf diese Weise haben wir Kontrollschwächen in Expansions-, Bau- und Marktprozessen identifiziert. Um dem entgegenzuwirken, erweitern wir die operativen Kontrollen in unseren Kernprozessen (Entwicklung

von Geschäftsmodellen, Standortentscheidungen, Ein- und Verkauf von Waren und Dienstleistungen, Marktprozesse, Expansion, Bau) (Nummer 9). Zusätzlich schulen wir unser Personal, setzen Toleranzgrenzen für Kostenüberschreitung und überwachen die Mindestanforderungen für spezifische Prozesse. Darüber hinaus passen wir die Strukturen im operativen Monitoring an, zum Beispiel durch Selbsteinschätzungen und bereichsübergreifende interne Kontrollen.

## 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 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 in den reifen Märkten Westeuropas und aus dem Bevölkerungswachstum in den Entwicklungs- und Schwellenländern ergeben. Wir analysieren globale Trends und treffen die erforderlichen Entscheidungen, um Chancen in der Zukunft gezielt zu nutzen.

### Chancen aus der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Nach zwei Jahren schwacher wirtschaftlicher Entwicklung ist die Weltwirtschaft wieder auf Erholungskurs. Insgesamt erwarten wir daher für alle Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist, für 2014 wieder höhere Wachstumsraten als im vergangenen Geschäftsjahr. Von einer weiter deutlich 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 eine 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 vor allem China, Russland und die Türkei.

Der Abbau bürokratischer Hürden kann der METRO GROUP den Eintritt in neue Märkte erleichtern. Der Güterhandel zwischen Ländern der Europäischen Union (EU), die ein Freihandelsabkommen geschlossen haben, könnte zollfrei oder mit reduzierten Zollsätzen getätigt werden. Vielversprechend sind

aus unserer Sicht insbesondere die laufenden Verhandlungen bezüglich eines Abkommens zur Vereinfachung des Handels. Import und Export könnten vereinfacht und die Kosten für den grenzüberschreitenden Gütertausch um 10 Prozent gesenkt werden. Daher begrüßen wir die Verhandlungen der Welthandelsorganisation (WTO) und Handelsgespräche mit verschiedenen Nicht-EU-Ländern.

### 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 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 eingeleitete Maßnahmen zur Transformation und zur Restrukturierung zielen darauf ab, die Marktposition zu verbessern und die Profitabilität zu steigern.

Durch die Optimierung von Vertriebskonzepten und die Modernisierung von Standorten ergibt sich die Chance, neue Kundengruppen zu gewinnen. 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 deutliche Intensivierung unserer Online-Aktivitäten und des Mehrkanalgeschäfts, die Stärkung unserer Eigenmarken, Franchise-Konzepte sowie die Investitionen in innovative Vertriebsformate. Gleichzeitig sehen wir beim Cash-and-Carry-Geschäft erhebliche Chancen im Ausbau des Belieferungskanal und in der Erschließung weiterer professioneller Kundengruppen sowie bei allen Vertriebslinien in der sinnvollen Verzahnung von stationärem und elektronischem Handel.

Der Vertrieb über das Internet ist eine wichtige Chance für den künftigen Erfolg unseres Unternehmens. Im Handel verzeichnet das Online-Geschäft hohe Wachstumsraten. Wir gehen davon aus, dass sich diese Entwicklung fortsetzen wird und die Dynamik im Wettbewerbsumfeld sowohl beim stationären Geschäft als auch beim Internethandel mittelfristig bestehen bleibt. Daher ist es für die METRO GROUP unerlässlich, den Vertriebs-

kanal Internet weiter zu stärken. Alle unsere Vertriebslinien sind nunmehr in Deutschland und in vielen weiteren Ländern im Internet präsent. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 haben wir mit der Optimierung der Online-Shops von Media Markt, Saturn, Redcoon, Real sowie Galeria Kaufhof 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. Alle Vertriebslinien der METRO GROUP befinden sich auf dem Weg zu Mehrkanalunternehmen mit dem Ziel des sogenannten No-Line-Handels, das heißt optimale Vernetzung Markt – Online – Mobil. Aus der dynamischen Entwicklung der Informationstechnologien ergeben sich für uns Chancen, die eigenen Prozesse zu optimieren und unseren Kunden neue Angebote zu machen. Die Adaptierbarkeit von Innovationen für unser Unternehmen testen wir zunächst im Rahmen von Pilotprojekten. Risiken der Machbarkeit, Sicherheit und Integration in unsere bestehenden Systeme werden so beherrschbar. Folgende Trends und Technologien sehen wir als Chancen für unser Unternehmen:

- IT-Lösungen für Endkunden werden auch im Unternehmen einsetzbar. Diese Entwicklung zeigt sich besonders bei der Nutzung von mobilen Endgeräten.
- Wir erproben, inwieweit wir Rechner- und Speicherleistung im Rahmen des sogenannten Cloud-Computing-Ansatzes in abgegrenzter Form über externe Partner via Internet zu liefern lassen können. Unsere Konzerngesellschaft METRO SYSTEMS stellt erste Lösungen dieser Form bereit.
- Kunden nutzen zunehmend verschiedene Kanäle zur Informationsbeschaffung oder zum Einkauf, darunter soziale Netzwerke und mobile Technologien. Diesen Themen stellen wir uns verstärkt, beispielsweise durch eigene Facebook-Seiten. Außerdem nutzen wir Applikationen für Smartphones und externe Verkaufsplattformen.

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. Unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof hat bereits mehrfach Auszeichnungen für ihren Ansatz erhalten, alle Altersgruppen anzusprechen und sich auch auf ältere Menschen einzustellen. Generell sind die Standorte unserer Vertriebslinien leicht und in der Regel barrierefrei erreichbar. Zudem stellen sich die Filialen mit Beratung und Warensortiment generationenübergreifend auf die Bedürfnisse der Kunden ein. Damit sehen wir gute Chancen, zusätzliche Marktanteile gewinnen zu können.

### 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 nunmehr konsequent weiter 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. Hier haben wir uns mit unserem Klimaschutzziel ein Ziel gesetzt, das zwar Investitionen erfordert, aber bedingt durch niedrigere Kosten vor allem für Energie zu Einsparungen führt, die sowohl finanziell als auch ökologisch Vorteile und Verbesserungen bieten.

Mit dem Ziel, effiziente Prozesse und eine gute Zusammenarbeit im Zuge der derzeitigen Transformation der METRO GROUP zu sichern, werden operative Aktivitäten unserer Immobiliengesellschaft METRO PROPERTIES ab dem nächsten Geschäftsjahr in die Vertriebslinien integriert. METRO PROPERTIES wird sich künftig auf die wichtigsten Werttreiber in Immobilien- und Portfoliomanagement, Projektentwicklung und Transaktionen konzentrieren. Durch kontinuierliches Benchmarking gegen die führenden Unternehmen im Immobiliensektor stellt METRO PROPERTIES sicher, dass sie erstklassige Lösungen für den Konzern liefert. Darüber hinaus wird die Entwicklung ausgewählter Projekte gefördert, die die Vertriebslinien dabei unterstützen, attraktiver für ihre Kunden zu werden und gleichzeitig den Wert des Immobilienportfolios der METRO GROUP zu steigern. Diese Werte werden durch ein aktives und intelligentes Portfolio-Management sichergestellt. Gezielte Transaktionen gewährleisten, dass die Risiken und Chancen im Immobilienportfolio sorgfältig ausgeglichen werden. Damit leistet METRO PROPERTIES einen wichtigen Beitrag zur Stärke der METRO GROUP.

### Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG werden regelmäßig über die Risiko- und Chancensituation des Unternehmens informiert. Insgesamt hat sich das Risiko-Chancen-Profil der METRO GROUP auch aufgrund der im Verlauf des Berichtszeitraums allmählich einsetzenden weltweiten wirtschaftlichen Erholung leicht verbessert. 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 und die identifizierten Risiken einzeln und in ihrer Gesamtheit keine den Fortbestand des Konzerns gefährdenden Risiken im Hinblick auf Illiquidität oder Überschuldung im Berichtszeitraum von mindestens einem Jahr darstellen. 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 den Bewertungen der von uns beauftragten international führenden und unabhängigen Rating-Agenturen wider: Sowohl Moody's als auch Standard & Poor's vergeben für die METRO GROUP ein Rating im Investment-Grade-Bereich mit jeweils stabilem Ausblick. Grundlegende Änderungen der Risiko- und Chancenlage erwartet der Vorstand der METRO AG derzeit nicht.



## 13. Nachtrags- und Prognosebericht

### Nachtragsbericht

#### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2013) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (5. Dezember 2013) ist folgender Sachverhalt eingetreten, der für die Beurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung ist:

Aktuell führt die EU-Kommission eine Nachprüfung bei der Media-Saturn Unternehmensgruppe in Deutschland wegen Verdachts auf Verstöße gegen das Kartellrecht durch. Die Nachprüfung bedeutet nicht, dass ein Rechtsverstoß vorliegt; das diesbezügliche Verfahren kann einige Zeit in Anspruch nehmen. Daher können hinsichtlich möglicher Auswirkungen dieser Nachprüfung auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der METRO AG und der METRO GROUP zurzeit keine Angaben gemacht werden.

### 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.

#### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2014

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 sowie die Economist Intelligence Unit (EIU). Die im Folgenden getroffenen Aussagen spiegeln in der Grundrichtung ein mittleres Erwartungsszenario wider.

#### Künftige gesamtwirtschaftliche Situation

Im Berichtsjahr hat sich die Weltwirtschaft das zweite Jahr in Folge nur schwach entwickelt. Größter Belastungsfaktor war dabei weiterhin die andauernde Schulden- und Bankenkrise in der Eurozone. Erst im Verlauf des Jahres setzte eine allmähliche Erholung ein. Gleichzeitig gingen neue Unsicherheiten von einigen wichtigen Schwellenländern aus. Dabei hat sich das Wachstum insbesondere in den drei BRIC-Ländern Brasilien, Russland und Indien erheblich abgeschwächt. Dagegen zeigte China zuletzt wieder einen Aufwärtstrend.

Die Erholung im Euroraum wird sich im neuen Geschäftsjahr sehr wahrscheinlich langsam fortsetzen. Allerdings beeinträchtigt die andauernde Konsolidierung der Staatsverschuldung weiter den mittelfristigen Ausblick. Der langwierige Konsolidierungsprozess wird die Wirtschaftsentwicklung auch in den kommenden Jahren bremsen. Weitere Rückschläge sind nicht auszuschließen. Das Risiko, dass sich die Krise erneut verschärft, ist allerdings zurückgegangen. Für 2014 rechnen wir mit einem moderaten Wachstum in der Größenordnung von 1 Prozent.

Einhergehend mit einer allmählichen Erholung in den Ländern Westeuropas verbessert sich der Ausblick für Osteuropa. Die Region verfügt weiter über ein hohes Wachstumspotenzial. Ähnlich verhält es sich mit den Schwellenländern Asiens, die voraussichtlich auch mittelfristig weltweit das stärkste Wachstum aufweisen werden.

Insgesamt erwarten wir für die Weltwirtschaft 2014 wieder ein stärkeres Wachstum auf einem Niveau von knapp 3 Prozent – nach rund 2 Prozent im Berichtsjahr und 2,4 Prozent im Jahr 2012. Die Entwicklung wird jedoch maßgeblich vom weiteren Verlauf der Finanzkrise in Europa sowie vom Fortgang der schwierigen Situation in den Schwellenländern abhängen. Aufgrund der weiter unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik erwarten wir für 2014 keinen übermäßigen Inflationsdruck.

#### Deutschland

Die deutsche Wirtschaft nahm bereits im Verlauf des Berichtsjahres wieder Fahrt auf und entwickelte sich im westeuropäischen Vergleich ein weiteres Jahr überdurchschnittlich. Die Frühindikatoren für Deutschland zeigen nach oben und die Rahmenbedingungen sind ebenfalls besser als in den meisten anderen westeuropäischen Ländern. Die Arbeitslosigkeit ist während der wirtschaftlichen Schwächephase kaum angestiegen. Geschäfts- und Konsumklima hellen sich auf und die verfügbaren Einkommen entwickeln sich positiv.

Für 2014 rechnen wir daher mit einem robusten Wirtschaftswachstum in der Größenordnung von 1,5 Prozent nach rund 0,5 Prozent im Jahr 2013.

Angesichts der positiven Rahmenbedingungen erwarten wir für 2014 für den privaten Konsum weiter ein robustes Wachstum in der Größenordnung von real 1 Prozent. Der Handel wächst dabei voraussichtlich mit nominal rund 1,5 Prozent. Preisbereinigt bedeutet dies allerdings ein weiteres Jahr der Stagnation. Damit entwickelt sich der Handel im Vergleich zum privaten Konsum aller Wahrscheinlichkeit nach weiter unterdurchschnittlich.

Die deutsche Wirtschaft steht gerade im europäischen Vergleich weiterhin ausgesprochen gut da. Sie profitiert nach wie vor von einer guten Verfassung und anhaltend hoher Wettbewerbsfähigkeit.

### **Westeuropa**

Westeuropa bleibt trotz der Erholungstendenzen weiter von der Staatsschuldenkrise geprägt. Eine erhöhte Wirtschaftsdynamik ist vor diesem Hintergrund nicht zu erwarten. Erneute Rückschläge im Zuge der Konsolidierung der Staatsverschuldung sind nicht auszuschließen. Die konjunkturelle Entwicklung wird daher weiter belastet bleiben. Für den gesamten Wirtschaftsraum Westeuropa rechnen wir für 2014 mit einem leichten Wachstum in der Größenordnung von 1 Prozent. Dabei werden sich die stark von der Schuldenkrise betroffenen Peripherieländer und die robusteren Kernländer weiter uneinheitlich entwickeln. Für die Krisenländer Italien, Portugal und Spanien rechnen wir 2014 in erster Linie mit einer Stabilisierung der Wirtschaftsleistung. Gleiches gilt für die Niederlande. Für die meisten anderen Länder Westeuropas erwarten wir ein Wachstum leicht oberhalb von 1 Prozent.

Für den Handel bleiben die Rahmenbedingungen kurzfristig schwierig. Die Hauptbelastungsfaktoren sind die Sparpolitik sowie die Rekordarbeitslosigkeit in vielen Ländern. Daher erwarten wir im Durchschnitt nur ein kleines Plus, das preisbereinigt ein weiteres Mal in einen Rückgang der Handelsumsätze mündet. Die Inflation wird sich dabei angesichts des sehr moderaten Nachfragewachstums wahrscheinlich im Rahmen des von der Europäischen Zentralbank angestrebten Ziels von 2 Prozent bewegen. Die Lebensmittelpreise werden sich nach dem starken Anstieg im Berichtsjahr voraussichtlich langsam wieder beruhigen.

### **Osteuropa**

Die allmähliche Erholung in Westeuropa kommt aufgrund der wirtschaftlichen Verflechtung mit Verzögerung auch in Osteuropa an. Dennoch bleiben die osteuropäischen Volkswirtschaften weiter hinter ihrem Wachstumspotenzial zurück.

Für die gesamte Region erwarten wir für 2014 einen Zuwachs des Bruttoinlandprodukts (BIP) in der Größenordnung von real 2 Prozent, nachdem die Wirtschaften Osteuropas 2013 im Schnitt nur noch um rund 1 Prozent zulegen konnten. Damit wird das Wachstum weiter unter den Steigerungsraten der Vorkrisenjahre liegen. Ähnlich wie Asien weist die Region aber weiterhin hohes wirtschaftliches Potenzial auf. Daher erwarten wir, dass Osteuropa mittelfristig wieder eine höhere Wirtschaftsdynamik entfalten wird.

Insgesamt zeichnet sich auch die Entwicklung in Osteuropa durch große Heterogenität aus. Unter den großen Volkswirtschaften wird sehr wahrscheinlich die Türkei 2014 das höchste Wachstum in Osteuropa in der Größenordnung von 4 Prozent erzielen – trotz einiger Risiken aufgrund des hohen Leistungsbilanzdefizits und der damit verbundenen Abwertung der Türkischen Lira. Eine BIP-Zunahme oberhalb von 2 Prozent ist insbesondere für Russland, Polen und die Slowakei zu erwarten. Die Wachstumsraten für Bulgarien, Rumänien und die Ukraine werden voraussichtlich bei rund 2 Prozent liegen. Mit einer erwarteten Rate von unter 2 Prozent fällt die Steigerung in Ungarn und Tschechien ein weiteres Jahr unterdurchschnittlich aus. Ungarn weist dabei – abgesehen von Griechenland – nach wie vor die höchste Staatsverschuldung in Prozent der jährlichen Wirtschaftsleistung auf. Für Griechenland wiederum ist das siebte Jahr in Folge eine rückläufige Wirtschaftsleistung zu erwarten.

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft wächst die Verbrauchernachfrage in Osteuropa weiter überdurchschnittlich. Auch für 2014 erwarten wir, dass der private Konsum etwas stärker zulegen kann als die Gesamtwirtschaft. Das höchste nominale Handelswachstum erwarten wir für Russland und die Türkei. In diesen Ländern wird das Umsatzwachstum vermutlich wie im Berichtsjahr im knapp zweistelligen Bereich liegen. Dies ist teilweise auch auf die Inflation zurückzuführen, die in Osteuropa nach wie vor höher ausfällt als in Westeuropa: Die Verbraucherpreise werden 2014 voraussichtlich mit Raten im mittleren einstelligen Bereich zulegen.

### **Asien/Afrika**

In den asiatischen Schwellenländern rechnen wir nach einer spürbaren Abschwächung im Verlauf des Berichtsjahres im



neuen Geschäftsjahr mit einer höheren Wirtschaftsdynamik. Allerdings gibt es hierbei einige Unsicherheitsfaktoren. Hohe Leistungsbilanzdefizite, insbesondere in Indien, sowie starke Währungsabwertungen belasten die Volkswirtschaften. Hierbei gehen wir jedoch von einer vorübergehenden Schwächephase aus. Nach einem Wirtschaftswachstum von knapp 5 Prozent im Berichtsjahr rechnen wir für die asiatischen Schwellenländer 2014 mit Zuwachsraten oberhalb von 5 Prozent.

Mit einer Wachstumsrate oberhalb von 7 Prozent wird China wiederholt das höchste Wirtschaftswachstum aufweisen. In den anderen Schwellenländern wird sich die Zunahme voraussichtlich im mittleren einstelligen Bereich bewegen. Japan hat sein Wachstum im Berichtsjahr durch staatliche Maßnahmen massiv gestützt. Daher wird die BIP-Zunahme dort im kommenden Jahr vermutlich etwas schwächer ausfallen. Mittelfristig bleibt das Problem der massiven Staatsverschuldung bestehen, das durch die Maßnahmen im Jahr 2013 weiter verstärkt wurde.

In Ägypten sind die Wachstumsaussichten aufgrund der anhaltenden politischen Unsicherheit auch für das kommende Jahr verhalten.

Der private Konsum in den asiatischen Schwellenländern wird voraussichtlich in ähnlicher Größenordnung wachsen wie die Gesamtwirtschaft. Für das Handelsgeschäft rechnen wir für China, Indien und Vietnam für 2014 erneut mit nominalen Wachstumsraten im zweistelligen Bereich. Der Anstieg ist weiter auch inflationsbedingt: Die Zunahme der Verbraucherpreise bewegt sich in den Schwellenländern aufgrund von Leistungsbilanzdefiziten und Währungsabwertungen auf hohem Niveau. Im gesättigten japanischen Markt ist dagegen nach einer Stagnation im Berichtsjahr für das kommende Jahr allenfalls ein leichtes Handelswachstum zu erwarten.

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 weltweit nur langsam und uneinheitlich voranschreitende wirtschaftliche Erholung beeinflusst in hohem Maße auch den Selbstbedienungsgroßhandel. Bereits in den Vorjahren war für

die Branche eine heterogene Entwicklung der Regionen und innerhalb der einzelnen Wirtschaftsräume zu beobachten. Dieser Trend wird weiter anhalten. Entsprechend gehen wir davon aus, dass sich der uneinheitliche Verlauf unverändert in der Entwicklung des Cash-and-Carry-Segments widerspiegelt.

In Deutschland und Westeuropa reichen die ersten positiven Impulse aus der konjunkturellen Erholung nicht aus, um die Nachfrage signifikant zu beleben. Dies gilt vor allem für die stark von der Eurokrise betroffenen Länder Südeuropas. Bei Lebensmitteln sollte sich das Nachfragevolumen etwa auf dem bisherigen Niveau behaupten. Weitere Preissteigerungen können sich positiv auf den Umsatz auswirken; die Inflation bei Lebensmitteln wird jedoch voraussichtlich niedriger ausfallen als 2013. Bei Nicht-Lebensmitteln erwarten wir in der kommenden Berichtsperiode in den Ländern mit einer schwachen konjunkturellen Entwicklung eine Fortsetzung des negativen Trends, wohingegen wir in den anderen Ländern von einer annähernd stabilen Nachfrage ausgehen. Insgesamt rechnen wir für Westeuropa im kommenden Geschäftsjahr mit einer stabilen Umsatzentwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel.

Für das Cash-and-Carry-Segment in Osteuropa erwarten wir eine Fortsetzung der positiven Entwicklung. Dementsprechend ist von einer moderaten Wachstumsdynamik auszugehen, die auch im kommenden Jahr durch die Inflation unterstützt wird. Zusätzlich wirkt sich aller Voraussicht nach auch eine höhere Nachfrage positiv aus, die insbesondere in Russland und in der Türkei zu erwarten ist. Aufgrund der weiter zunehmenden Verbreitung moderner Einzelhandelsformate in vielen osteuropäischen Ländern ist für das kommende Jahr davon auszugehen, dass das Wachstum des Cash-and-Carry-Segments hinter den Steigerungsraten des modernen filialisierten Lebensmitteleinzelhandels zurückbleibt.

Die größten Zuwachsraten für den Selbstbedienungsgroßhandel erwarten wir auch für das kommende Jahr in den asiatischen Schwellenländern. Das gesamtwirtschaftliche Wachstum bildet weiter eine gute Basis für eine dynamische Handelsentwicklung. Wir gehen davon aus, dass die Wachstumsraten im Cash-and-Carry-Segment die des modernen Lebensmitteleinzelhandels weiterhin übertreffen. Ungeachtet der sukzessiven Lockerung des Verbots direkter Investitionen ausländischer Handelsunternehmen in Indien bleibt der Wettbewerb durch moderne Handelsformate dort vielfach nur schwach ausgeprägt. Der traditionelle Handel, der für den Selbstbedienungsgroßhandel eine wichtige Kundengruppe darstellt, bildet in weiten Teilen der Region unverändert den wichtigsten Versorgungskanal für

Lebensmittel. Damit einher geht ein anhaltend großes Potenzial für das Cash-and-Carry-Segment.

METRO Cash & Carry wird die strategische Expansion im kommenden Jahr fortsetzen. Der Schwerpunkt liegt unverändert auf den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa.

### **Media-Saturn**

Der Elektrofachhandel ist verglichen mit anderen Einzelhandelsbranchen stärker vom gesamtwirtschaftlichen Umfeld abhängig. Dies gilt generell für langlebige Gebrauchsgüter. Da die konjunkturellen Rahmenbedingungen innerhalb Europas im kommenden Geschäftsjahr aller Voraussicht nach weiterhin sehr unterschiedlich ausfallen, wird sich der Elektrofachhandel erneut regional uneinheitlich entwickeln.

In Deutschland rechnen wir damit, dass sich der Elektromarkt gestützt durch die konjunkturelle Erholung 2014 besser entwickeln wird als 2013. Mit zusätzlichen Impulsen rechnen wir – wie in der Vergangenheit – durch die Olympischen Winterspiele und die Fußball-Weltmeisterschaft, insbesondere für den Absatz von TV-Geräten. Gleichzeitig bleibt voraussichtlich die Nachfrage nach Tablets und Smartphones bei anhaltend starkem Kundeninteresse auf hohem Niveau, wenngleich sich das Wachstumstempo auch bei diesen Produktgruppen allmählich verlangsamt.

In Westeuropa steht die Branche im kommenden Jahr in vielen Ländern weiterhin unter dem Eindruck schwieriger konjunktureller Voraussetzungen. Insbesondere für die südeuropäischen Krisenstaaten gehen wir weiterhin von einer eher schwachen Marktentwicklung aus. In diesen Ländern rechnen wir erst im Laufe des Jahres 2014 mit einer allmählichen Bodenbildung im Elektrofachhandel. Für die übrigen Länder Westeuropas erwarten wir für 2013/14 hingegen einen stabilen bis positiven Umsatzverlauf. Ähnlich wie in Deutschland dürften sich die beiden genannten großen Sportereignisse 2014 in der Region positiv auf die Branche auswirken.

In Osteuropa erwarten wir für 2013/14 ebenfalls eine uneinheitliche, wenngleich positive Entwicklung im Elektrofachhandel. Für Russland und die Türkei gehen wir von einem weiteren Wachstum der Branche aus. Impulse hierfür kommen in beiden Ländern zusätzlich von einer fortgesetzten Expansion zur Erschließung zusätzlichen Marktpotenzials. Zudem erwarten wir für Russland im Zusammenhang mit den Olympischen Winterspielen in Sotschi für 2014 eine starke Belegung der Nachfrage. In den anderen osteuropäischen Ländern fällt die

Entwicklung insgesamt verhaltener aus. Weiterhin schwierig bleibt die Lage in Griechenland mit einer erneut rückläufigen Branchenentwicklung.

Der Vertrieb über das Internet wird übergreifend in allen Regionen in den beiden kommenden Jahren an Bedeutung zunehmen und Marktanteile zulasten des stationären Elektrofachhandels gewinnen. Mehrkanalanbieter wie Media Markt und Saturn profitieren von dieser Entwicklung, indem sie die Vorteile beider Vertriebswege optimal kombinieren. Media Markt und Saturn werden künftig Online- und stationären Handel noch stärker miteinander verknüpfen, um die eigene Marktposition zu stärken.

### **Real**

Während der anhaltenden Krise in der Eurozone legte der Lebensmittelhandel in Deutschland im Berichtsjahr vor allem aufgrund von Preissteigerungen zu. Das Absatzvolumen blieb dagegen konstant. Für das kommende Geschäftsjahr erwarten wir zwar, dass sich die wirtschaftliche Erholung fortsetzt. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass das Lebensmittelgeschäft weniger konjunkturellen Schwankungen unterliegt als andere Handelszweige. Daher erwarten wir für die Branche nur leichte Impulse aus der verbesserten Wirtschaftslage. Entsprechend werden die Branchenumsätze voraussichtlich erneut in erster Linie preisbedingt zulegen. Dieser Anstieg wird jedoch höchstwahrscheinlich unterhalb von dem des Vorjahres ausfallen, da die Lebensmittelpreise ausgehend von den Rekordniveaus des Berichtsjahres 2013 wohl weniger stark zulegen werden.

### **Galeria Kaufhof**

Die Aufhellung der Konjunktur in Deutschland schafft auch positive Rahmenbedingungen für das Warenhaussegment. Zwar erwarten wir für 2014 erneut, dass sich das Warenhaussegment im Vergleich zum Einzelhandel ein weiteres Jahr unterdurchschnittlich entwickeln wird. Von den positiven Rahmenbedingungen wird aber gerade Galeria Kaufhof als Konzept- und Systemführer im Warenhausgeschäft profitieren können. Unterstützt wird das durch unsere Mehrkanalstrategie mit dem weiteren Ausbau des Online-Geschäfts und dessen immer stärkere Verzahnung mit den stationären Filialen. Ausschließlich stationär operierende Nicht-Lebensmittel-Einzelhändler werden zukünftig noch stärker unter Druck geraten und weiter an Umsatz verlieren. Als Mehrkanalanbieter wird sich Galeria Kaufhof daher auch in den kommenden Jahren besser entwickeln als der vergleichbare Wettbewerb.

## Erwartete Ertragslage: Ausblick für die METRO GROUP und ihre Segmente

### Änderung des Geschäftsjahres und der Segmentberichterstattung

Wie von der Hauptversammlung am 23. Mai 2012 beschlossen, haben wir das bisher dem Kalenderjahr entsprechende Geschäftsjahr der METRO AG umgestellt. Unser Geschäftsjahr umfasst nunmehr den Zeitraum vom 1. Oktober bis zum 30. September des folgenden Kalenderjahres.

Ebenfalls zum 1. Oktober 2013 haben wir das Immobiliensegment aufgelöst und weisen die segmentrelevanten Informationen nunmehr in den Segmenten der Vertriebslinien beziehungsweise im Segment Sonstige aus.

Dementsprechend beziehen sich alle nachfolgenden Vergleiche auf

- das Geschäftsjahr 2013/14 mit dem entsprechenden Pro-forma-Vorjahreszeitraum (1. Oktober 2012 bis 30. September 2013) sowie
- auf die Segmentberichterstattung in ihrer neuen Struktur, das heißt ohne das Segment Immobilien

### Portfolioänderungen

Die Vergleichbarkeit des Geschäftsjahres 2013/14 mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum ist aufgrund der im Jahr 2012/13 umgesetzten beziehungsweise angekündigten Portfoliomaßnahmen nur eingeschränkt gegeben.

Dies betrifft insbesondere den vertraglich vereinbarten, aber aufgrund sukzessiver Genehmigungen der zuständigen Wettbewerbsbehörden über das Jahr 2013 verteilten Verkauf unserer Aktivitäten von Real in Osteuropa (ohne Türkei).

### Voraussichtliche Umsatzentwicklung der METRO GROUP 2013/14

Für das Geschäftsjahr 2013/14 erwarten wir – trotz der weiterhin unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik und bereinigt um die umgesetzten beziehungsweise angekündigten Portfoliomaßnahmen – ein leicht positives Gesamtumsatzwachstum. Bei der Berechnung dieser Prognose haben wir nahezu konstante Wechselkurse unterstellt.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum erwarten wir nach –1,3 Prozent im Vorjahr eine Trendverbesserung und einen Umsatz in etwa auf dem Niveau des Vorjahres.

### Voraussichtliche Ergebnisentwicklung der METRO GROUP 2013/14

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2013/14 von der weiterhin unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik geprägt sein. Dementsprechend werden wir auch 2013/14 weiterhin einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und strikte Kostenkontrolle legen.

Die bereits angekündigte Neuausrichtung der Immobilienstrategie wird sich auf das Ergebnis auswirken. Im Vorjahr waren im EBIT vor Sonderfaktoren von 2.000 Mio. € über das übliche Ausmaß hinausgehende Erträge aus Immobilienveräußerungen enthalten. Zudem reduziert sich die Vergleichsbasis um Ergebnisbeiträge aus Portfolioveränderungen. Bereinigt um diese Effekte in Höhe von insgesamt rund 300 Mio. € beträgt der vergleichbare Vorjahreswert 1,7 Mrd. €. Diesen Wert wollen wir im Geschäftsjahr 2013/14 spürbar übertreffen. Bei der Berechnung der Prognose haben wir nahezu konstante Wechselkurse unterstellt.

### Voraussichtliche Umsatzentwicklung der Segmente der METRO GROUP 2013/14

Bei den Prognosen für die Segmente gehen wir von den bereits zuvor beschriebenen Erwartungen zur allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung sowie zu den spezifischen Branchenentwicklungen aus.

Wir erwarten für unsere Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn jeweils ein leicht positives Gesamtumsatzwachstum und einen flächenbereinigten Umsatz in etwa auf dem Niveau des Vorjahres, wie auch für die METRO GROUP insgesamt. Auch für Real Deutschland und Galeria Kaufhof erwarten wir einen flächenbereinigten Umsatz in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Das Gesamtumsatzwachstum von Real Deutschland wird dabei auf Grund der erfolgten Straffung des Filialnetzes leicht unter dem flächenbereinigten Umsatzwachstum liegen, während es bei Galeria Kaufhof aufgrund fehlender Expansion dem flächenbereinigten Umsatzwachstum entspricht.

Bei der Berechnung dieser Prognose haben wir nahezu konstante Wechselkurse unterstellt.

### Voraussichtliche EBIT-Entwicklung der Segmente der METRO GROUP 2013/14

Das EBIT vor Sonderfaktoren wird im Geschäftsjahr 2013/14 maßgeblich von METRO Cash & Carry und Media-Saturn geprägt. Ein deutlich steigendes Ergebnis erwarten wir bei Media-Saturn. Bei METRO Cash & Carry, Real und Galeria

Kaufhof erwarten wir nach Bereinigung um über das übliche Ausmaß hinausgehende Erträge aus Immobilienveräußerungen (bei METRO Cash & Carry und Galeria Kaufhof) sowie um positive Ergebnisbeiträge aus dem verkauften Real Osteuropageschäft leicht steigende Ergebnisse.

Bei der Berechnung dieser Prognose haben wir nahezu konstante Wechselkurse unterstellt.

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

Auch in den kommenden Geschäftsjahren ist es unser Ziel, die positive Entwicklung der METRO GROUP bei Umsatz und Ergebnis weiter fortzusetzen. Wir wollen die Position der METRO GROUP als eines der führenden internationalen Handelsunternehmen nachhaltig ausbauen. Dabei bieten insbesondere das Mehrkanal- und das Belieferungsgeschäft große Wachstumspotenziale.

Wir haben 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.

## 14. Ergänzende Angaben für die METRO AG (gemäß HGB)

### Überblick über das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und Prognose der METRO AG

Die METRO AG ist als Management-Holding 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.

Angesichts der Holding-Struktur 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. Den Angaben zum Berichtsstichtags 30. September 2013 werden jeweils die Werte des vorangegangenen Jahresabschlusses zum 31. Dezember 2012 gegenübergestellt.

### Ertragslage der METRO AG und Gewinnverwendung

Gewinn- und Verlustrechnung für das Rumpfgeschäftsjahr  
vom 1. Januar bis 30. September 2013 nach HGB

Mio. €	12M 2012	9M 2013
Beteiligungsergebnis	783	347
Finanzergebnis	-124	-101
Sonstige betriebliche Erträge	559	389
Personalaufwand	-147	-89
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-54	-26
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-483	-296
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>534</b>	<b>224</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-34	0
Sonstige Steuern	-2	1
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>498</b>	<b>225</b>
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	21	22
Einstellungen in Gewinnrücklagen	-170	-110
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>349</b>	<b>137</b>

Die METRO AG weist im Rumpfgeschäftsjahr ein Beteiligungsergebnis in Höhe von 347 Mio. € gegenüber 783 Mio. € im Vorjahr aus. Diese Ergebnissituation der Berichtsperiode über einen Neun-Monats-Zeitraum ist deutlich beeinflusst durch das Fehlen der positiven Ergebnisbeiträge des Weihnachts- und Jahresendgeschäfts.

In den Erträgen aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 478 Mio. € (12M 2012: 476 Mio. €) sind mittelbar neben Verlusten des Rumpfgeschäftsjahres aus den inländischen Aktivitäten der Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Real auch Ergebnisse von in Vorjahren entstandenen und im Berichtszeitraum vereinnahmten Gewinnen von ausländischen Cash-and-Carry-Gesellschaften enthalten. Weiterhin enthält diese Position Gewinne aus dem Verkauf des Osteuropa-Geschäfts der Vertriebslinie Real. Im Vorjahr waren in dieser Position Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Marktaustritt von Media Markt in China enthalten.

Die Erträge aus Beteiligungen ohne Gewinnabführungsvertrag in Höhe von 147 Mio. € (12M 2012: 589 Mio. €) resultieren im Wesentlichen aus Ausschüttungen von Servicegesellschaften des Konzerns sowie aus unmittelbaren Beteiligungen der METRO AG an ausländischen Cash-and-Carry-Gesellschaften.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurden auf Basis von Gewinnabführungsverträgen Verluste in Höhe von 138 Mio. € (12M 2012: 25 Mio. €) übernommen. Diese Verluste resultieren aus den Aktivitäten der Vertriebslinie Galeria Kaufhof sowie aus dem Bereich der Konzern-Immobilien-Servicegesellschaften im Rumpfgeschäftsjahr.

Abschreibungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen resultieren mit 75 Mio. € aus den internationalen Cash-and-Carry-Aktivitäten sowie mit 65 Mio. € aus dem internationalen Bereich des Lebensmitteleinzelhandels.

Das Finanzergebnis beläuft sich auf –101 Mio. € (12M 2012: –124 Mio. €).

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 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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 den nationalen und internationalen operativen Gesellschaften der Vertriebslinie METRO Cash & Carry eine sogenannte Franchise-Gebühr in Höhe von insgesamt 222 Mio. € (12M 2012: 374 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. Diese, an Tochterunternehmen berechneten Franchise-Gebühren, reduzieren sich gegenüber dem Vorjahr aufgrund des kürzeren Abrechnungszeitraums sowie der fehlenden Umsatz- und Ergebnis-

beiträge aus dem Weihnachts- und Jahresendgeschäft im Rumpfgeschäftsjahr.

Die Erträge aus Verwaltungsleistungen für Tochterunternehmen sind angestiegen, da in der Berichtsperiode in größerem Umfang Aufwendungen aus Zentralfunktionen und Projekten der METRO AG an die Vertriebslinien berechnet wurden.

Aus der Summe aller sonstigen betrieblichen Erträge, sonstigen betrieblichen Aufwendungen sowie der Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der METRO AG ergab sich insgesamt ein Ergebnisanstieg gegenüber dem Vorjahr um 45 Mio. € auf 67 Mio. € zum Stichtag.

Im Durchschnitt der drei Quartale des Rumpfgeschäftsjahres 2013 beschäftigte die METRO AG 940 (12M 2012: 970) Mitarbeiter. Teilzeitbeschäftigte und Aushilfen wurden auf Vollzeitkräfte umgerechnet. Die Personalaufwendungen betragen 89 Mio. € (12M 2012: 147 Mio. €). Neben den Effekten aus dem kürzeren Berichtszeitraum des Rumpfgeschäftsjahres führten geringere Abfindungsleistungen zu diesem Rückgang der Personalaufwendungen.

Der Jahresüberschuss beläuft sich auf 225 Mio. € (12M 2012: 498 Mio. €) und liegt damit leicht oberhalb der zu Beginn der Berichtsperiode abgegebenen Prognose für das Rumpfgeschäftsjahr 2013.

Nach Einstellung von 110 Mio. € in die Gewinnrücklagen weist die Gesellschaft einen Bilanzgewinn von 137 Mio. € gegenüber 349 Mio. € im Jahr 2012 aus.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, den ausgewiesenen Bilanzgewinn von 137 Mio. € in voller Höhe in die anderen Gewinnrücklagen einzustellen.

## 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 739 Mio. € (12M 2012: 2.088 Mio. €). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr resultiert überwiegend aus der Tatsache, dass im Vorjahreswert zum 31. Dezember 2012 die Einnahmen aus den umsatzstarken Tagen des Weihnachts- und Jahresendgeschäfts enthalten waren.

### Kapitalstruktur

Passiva		
Mio. €	31.12.2012	30.9.2013
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	835	835
Stammaktien	828	828
Vorzugsaktien	7	7
(Bedingtes Kapital)	(128)	(128)
Kapitalrücklage	2.558	2.558
Gewinnrücklagen	2.146	2.256
Bilanzgewinn	349	137
	<b>5.888</b>	<b>5.786</b>
<b>Rückstellungen</b>	<b>375</b>	<b>326</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>6.918</b>	<b>4.948</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
	<b>13.188</b>	<b>11.066</b>

Die Passivseite der Bilanz besteht mit 5.786 Mio. € (12M 2012: 5.888 Mio. €) aus Eigenkapital und mit 5.280 Mio. € (12M 2012: 7.300 Mio. €) aus Rückstellungen, Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Die Eigenkapitalquote beträgt zum Stichtag 52,3 Prozent gegenüber 44,6 Prozent im Vorjahr. Die Rückstellungen betragen zum Berichtsstichtag 326 Mio. € (12M 2012: 375 Mio. €). Im Bereich der Verbindlichkeiten aus Anleihen ergab sich ein Rückgang um 205 Mio. € auf 2.881 Mio. €, die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten erhöhten sich leicht auf 465 Mio. € (12M 2012: 425 Mio. €). Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen reduzierte sich der Bestand auf 1.491 Mio. € (12M 2012: 3.156 Mio. €). Dieser Rückgang resultiert hauptsächlich aus geringeren, von den Vertriebslinien zum Stichtag kurzfristig bereitgestellten Mitteln. Die sonstigen Verbindlichkeiten liegen zum Stichtag mit 97 Mio. € um 146 Mio. € unter dem Vorjahresbestand von 243 Mio. €.

## Vermögenslage der METRO AG

Aktiva		
Mio. €	31.12.2012	30.9.2013
<b>Anlagevermögen</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände	41	18
Sachanlagen	3	2
Finanzanlagen	8.552	8.375
	<b>8.596</b>	<b>8.395</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	2.488	1.919
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	2.088	739
	<b>4.576</b>	<b>2.658</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>16</b>	<b>13</b>
	<b>13.188</b>	<b>11.066</b>

Die Aktiva betragen zum Stichtag insgesamt 11.066 Mio. € und sind überwiegend mit 8.375 Mio. € durch Finanzanlagen, mit 1.577 Mio. € durch Forderungen gegen verbundene Unternehmen sowie mit 739 Mio. € durch Guthaben bei Kreditinstituten geprägt. Die Finanzanlagen verminderten sich gegenüber dem Vorjahr um 177 Mio. € und stellen nun 75,7 Prozent der Bilanzsumme dar. Dieser insgesamt zu verzeichnende Rückgang resultiert im Wesentlichen mit 140 Mio. € aus Abschreibungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen. Weiterhin wirkte sich die Rückführung von langfristigen konzerninternen Darlehen mit einem Rückgang in Höhe von 90 Mio. € aus. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen weisen gegenüber dem Vorjahr eine Verminderung in Höhe von 515 Mio. € auf – diese Position spiegelt den kurzfristigen Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften zum Stichtag wider und repräsentiert 14,3 Prozent der gesamten Aktiva.

Die Position Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 1.349 Mio. € auf 739 Mio. €. Dieser Rückgang resultiert überwiegend aus geringeren, von den Vertriebslinien zum Stichtag kurzfristig bereitgestellten Mitteln. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahreswert hohe Anteile der umsatzstarken Verkaufstage aus dem Weihnachts- und Jahresendgeschäft enthalten waren.

## 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 Entwicklung der METRO AG ist in ihrer Funktion als Holding wesentlich von der Entwicklung und dem Ausschüttungsverhalten ihrer Beteiligungen abhängig. Aus der übernommenen Funktion als Franchise-Geber wird bei positiver Entwicklung der angeschlossenen Vertriebslinien mit einem Anstieg der Franchise-Gebühren gerechnet. Bei einem zukünftig wieder durch einen Zwölf-Monats-Zeitraum einschließlich Weihnachts- und Jahresendgeschäft unterlegten Beteiligungsergebnis und einem stabilen Finanzergebnis sowie einer weitgehend unveränderten Kostenstruktur gehen wir für das Geschäftsjahr 2013/14 davon aus, zumindest auf das Ergebnisniveau vergangener Geschäftsjahre zurückzukehren, das es uns ermöglicht, eine angemessene Dividende auszuschütten.

## Geplante Investitionen der METRO AG

Im Rahmen der Durchführung von Investitionen der METRO GROUP wird die METRO AG die Konzerngesellschaften 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](http://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 Rumpfgeschäftsjahr 2013 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.“





# KONZERNABSCHLUSS

S. 192	Gewinn- und Verlustrechnung
S. 193	Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
S. 194	Bilanz
S. 196	Eigenkapitalentwicklung
S. 198	Kapitalflussrechnung

S. 199	<b>ANHANG</b>
S. 200	Segmentberichterstattung
S. 202	Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses
S. 220	Kapitalmanagement
S. 222	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
S. 230	Erläuterungen zur Bilanz
S. 273	Sonstige Erläuterungen
S. 295	Organe der METRO AG und ihre Mandate
S. 335	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
S. 336	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

# KONZERNABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung  
 für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar bis 30. September 2013

Mio. €	Anhang Nr.	12M 2012	9M 2012 <sup>1</sup>	9M 2013
<b>Umsatzerlöse</b>	1	<b>66.739</b>	<b>47.380</b>	<b>46.321</b>
Umsatzkosten		-52.798	-37.693	-36.950
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		<b>13.941</b>	<b>9.687</b>	<b>9.371</b>
Sonstige betriebliche Erträge	2	1.702	1.117	1.393
Vertriebskosten	3	-12.393	-9.098	-8.886
Allgemeine Verwaltungskosten <sup>2</sup>	4	-1.660	-1.217	-1.044
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	-195	-80	-131
<b>Betriebliches Ergebnis EBIT<sup>2</sup></b>		<b>1.395</b>	<b>409</b>	<b>703</b>
Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen <sup>3</sup>	6	2	2	6
Sonstiges Beteiligungsergebnis	7	15	3	7
Zinsertrag <sup>2</sup>	8	130	104	62
Zinsaufwand <sup>2</sup>	8	-677	-498	-427
Übriges Finanzergebnis	9	-36	-50	-162
<b>Finanzergebnis<sup>2</sup></b>		<b>-566</b>	<b>-439</b>	<b>-514</b>
<b>Ergebnis vor Steuern EBT<sup>2</sup></b>		<b>829</b>	<b>-30</b>	<b>189</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag <sup>2</sup>	11	-714	16	-260
<b>Periodenergebnis<sup>2</sup></b>		<b>115</b>	<b>-14</b>	<b>-71</b>
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	12	98	5	0
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis <sup>2</sup>		17	-19	-71
<b>Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)<sup>2</sup></b>	13	<b>0,05</b>	<b>-0,06</b>	<b>-0,22</b>

<sup>1</sup> Ungeprüft

<sup>2</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>3</sup> Geänderte Bezeichnung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis  
für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar bis 30. September 2013

Mio. €	12M 2012	9M 2012 <sup>1</sup>	9M 2013
<b>Periodenergebnis<sup>2</sup></b>	<b>115</b>	<b>-14</b>	<b>-71</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>			
<b>Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden</b>	<b>-306</b>	<b>-271</b>	<b>7</b>
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-427	-383	10
Auf die Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden, entfallende Ertragsteuern	121	112	-3
<b>Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten</b>	<b>109</b>	<b>131</b>	<b>-38</b>
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	128	164	-99
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-34	-33	6
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	3	0	65
Auf die Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten, entfallende Ertragsteuern	12	0	-10
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-197</b>	<b>-140</b>	<b>-31</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-82</b>	<b>-154</b>	<b>-102</b>
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Gesamtergebnis	98	6	-8
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	-180	-160	-94

<sup>1</sup>Ungeprüft

<sup>2</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Bilanz zum 30. September 2013

**Aktiva**

Mio. €	Anhang Nr.	1.1.2012	31.12.2012	30.9.2012 <sup>1</sup>	30.9.2013
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		<b>18.832</b>	<b>17.323</b>	<b>18.562</b>	<b>16.646</b>
Geschäfts- oder Firmenwerte	18	4.045	3.780	4.022	3.763
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	19	454	407	418	393
Sachanlagen	20	12.661	11.324	12.202	10.709
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	21	209	199	207	156
Finanzanlagen	22	76	247	252	319
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen <sup>2</sup>	22	3	92	57	132
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte <sup>3</sup>	23	421	360	327	337
Latente Steueransprüche <sup>3</sup>	24	963	914	1.077	837
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		<b>15.165</b>	<b>17.479</b>	<b>13.046</b>	<b>12.165</b>
Vorräte	25	7.608	6.826	6.599	5.856
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	551	568	532	547
Finanzanlagen		119	22	55	8
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	23	2.882	2.886	2.892	2.601
Ertragsteuererstattungsansprüche		431	347	662	297
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	29	3.355	5.299	2.075	2.564
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	30	219	1.531	231	292
		<b>33.997</b>	<b>34.802</b>	<b>31.608</b>	<b>28.811</b>

<sup>1</sup> Ungeprüft

<sup>2</sup> Neue Bilanzposition (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>3</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

**Passiva**

Mio. €	Anhang Nr.	1.1.2012	31.12.2012	30.9.2012 <sup>1</sup>	30.9.2013
<b>Eigenkapital</b>	31	<b>6.292</b>	<b>5.666</b>	<b>5.649</b>	<b>5.206</b>
Gezeichnetes Kapital		835	835	835	835
Kapitalrücklage		2.544	2.544	2.544	2.551
Gewinnrücklagen <sup>2</sup>		2.842	2.214	2.239	1.793
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter <sup>2</sup>		71	73	31	27
<b>Langfristige Schulden</b>		<b>8.240</b>	<b>9.064</b>	<b>9.728</b>	<b>8.003</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen <sup>2</sup>	32	1.183	1.518	1.483	1.508
Sonstige Rückstellungen	33	463	424	422	429
Finanzschulden	34, 36	5.835	6.736	7.052	5.763
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	602	227	615	176
Latente Steuerschulden	24	157	159	156	127
<b>Kurzfristige Schulden</b>		<b>19.465</b>	<b>20.072</b>	<b>16.231</b>	<b>15.602</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	34, 35	14.214	13.513	10.430	9.805
Rückstellungen	33	546	644	539	621
Finanzschulden	34, 36	1.606	1.814	2.762	2.200
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	2.705	2.910	2.364	2.531
Ertragsteuerschulden	34	394	291	136	181
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	30	0	900	0	264
		<b>33.997</b>	<b>34.802</b>	<b>31.608</b>	<b>28.811</b>

<sup>1</sup> Ungeprüft

<sup>2</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Eigenkapitalentwicklung<sup>1</sup>  
 für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar bis 30. September 2013

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
<b>31.12.2011</b>	835	2.544	89	2	-438
Änderung IAS 19	0	0	0	0	0
<b>1.1.2012 (angepasst)</b>	835	2.544	89	2	-438
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	-33	0	160
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0
<b>30.9.2012/1.10.2012<sup>2</sup></b>	835	2.544	56	2	-278
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	-1	3	-38
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0
<b>31.12.2012/1.1.2013</b>	835	2.544	55	5	-316
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	6	65	-91
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	7	0	0	0
<b>30.9.2013</b>	<b>835</b>	<b>2.551</b>	<b>61</b>	<b>70</b>	<b>-407</b>

<sup>1</sup> Die Eigenkapitalentwicklung wird im Anhang unter Nummer 31 „Eigenkapital“ erläutert

<sup>2</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>3</sup> Ungeprüft



Neubewertung von leistungs- orientierten Pensionsplänen <sup>2</sup>	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 <sup>2</sup>	davon auf das „Sonstige Ergebnis“ entfallend	Eigenkapital gesamt
0	-4	3.336	2.985	6.364		73		<b>6.437</b>
-200	58	-1	-143	-143		-2		<b>-145</b>
-200	54	3.335	2.842	6.221		71		<b>6.292</b>
0		-442	-442	-442		-49		<b>-491</b>
-380	112	-19	-160	-160	(-141)	6	(1)	<b>-154</b>
0	0	0	0	0		1		<b>1</b>
0	0	-1	-1	-1		2		<b>1</b>
-580	166	2.873	2.239	5.618		31		<b>5.649</b>
0	0	0	0	0		-48		<b>-48</b>
-41	21	36	-20	-20	(-56)	92	(-1)	<b>72</b>
0	0	-10	-10	-10		-5		<b>-15</b>
0	0	5	5	5		3		<b>8</b>
-621	187	2.904	2.214	5.593		73		<b>5.666</b>
0	0	-327	-327	-327		-51		<b>-378</b>
10	-13	-71	-94	-94	(-23)	-8	(-8)	<b>-102</b>
0	0	-11	-11	-11		10		<b>-1</b>
0	0	11	11	18		3		<b>21</b>
<b>-611</b>	<b>174</b>	<b>2.506</b>	<b>1.793</b>	<b>5.179</b>		<b>27</b>		<b>5.206</b>

**Kapitalflussrechnung<sup>1</sup>**  
 für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar bis 30. September 2013

Mio. €	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013
EBIT <sup>3</sup>	1.395	409	703
Zu-/Abschreibungen auf Anlagevermögen ohne Finanzanlagen	1.623 <sup>4</sup>	1.133 <sup>4</sup>	955
Veränderung von Pensions- und sonstigen Rückstellungen	144	-15	-65
Veränderung des Netto-Betriebsvermögens	80	-2.783	-2.395
Zahlungen Ertragsteuern	-627	-587	-323
Umgliederung Gewinne (-)/Verluste (+) aus dem Abgang von Anlagevermögen	-232	-71	-184
Sonstiges <sup>3</sup>	-43	-181	-459
<b>Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>2.340</b>	<b>-2.095</b>	<b>-1.768</b>
Unternehmensakquisitionen	4	1	-12
Investitionen in Sachanlagen (ohne Finanzierungs-Leasing)	-1.304	-940	-549
Sonstige Investitionen	-143	-99	-179
Unternehmensveräußerungen	14	14	953
Anlagenabgänge	571	353	350
Gewinne (+)/Verluste (-) aus dem Abgang von Anlagevermögen	232	71	184
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-626</b>	<b>-600</b>	<b>747</b>
Gewinnausschüttungen			
an METRO AG Gesellschafter	-442	-442	-327
an andere Gesellschafter	-97	-49	-51
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter	0	0	-271
Aufnahme von Finanzschulden	8.899	6.534	1.370
Tilgung von Finanzschulden	-7.534	-4.230	-1.968
Gezahlte Zinsen	-650	-482	-425
Erhaltene Zinsen	147	114	61
Ergebnisübernahmen und sonstige Finanzierungstätigkeit	-44	-42	-79
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>279</b>	<b>1.403</b>	<b>-1.690</b>
<b>Summe der Cashflows</b>	<b>1.993</b>	<b>-1.292</b>	<b>-2.711</b>
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17	12	-24
<b>Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>2.010</b>	<b>-1.280</b>	<b>-2.735</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar gesamt	3.355	3.355	5.299
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember/30. September gesamt	5.365	2.075	2.564
abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember	-66	0	0
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember/30. September</b>	<b>5.299</b>	<b>2.075</b>	<b>2.564</b>

<sup>1</sup> Die Kapitalflussrechnung wird im Anhang unter Nummer 41 „Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung“ erläutert

<sup>2</sup> Ungeprüft

<sup>3</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>4</sup> Beinhaltet auch Abschreibungen auf „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“

# ANHANG

## Segmentberichterstattung<sup>1</sup>

### Geschäftssegmente

Mio. €	METRO Cash & Carry			Media-Saturn			Real			Galeria Kaufhof		
	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013
Außenumsätze (netto)	31.636	23.029	<b>22.559</b>	20.970	14.322	<b>14.405</b>	11.017	7.912	<b>7.261</b>	3.092	2.096	<b>2.086</b>
Innenumsätze (netto)	30	16	<b>36</b>	1	0	<b>2</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
Umsatzerlöse (netto)	31.666	23.046	<b>22.595</b>	20.971	14.322	<b>14.407</b>	11.017	7.912	<b>7.261</b>	3.092	2.096	<b>2.086</b>
EBITDAR	1.815 <sup>3</sup>	1.086 <sup>3</sup>	<b>1.096</b>	1.210	686	<b>654</b>	631	441	<b>485</b>	485	242	<b>228</b>
EBITDA	1.135 <sup>3</sup>	567 <sup>3</sup>	<b>569</b>	570	207	<b>152</b>	223	135	<b>205</b>	240	55	<b>47</b>
Abschreibungen	447 <sup>4</sup>	309 <sup>4</sup>	<b>230</b>	338	210	<b>212</b>	201	138	<b>88</b>	104	79	<b>80</b>
Zuschreibungen	0	0	<b>0</b>	4	0	<b>6</b>	3	2	<b>1</b>	0	0	<b>0</b>
EBIT	688 <sup>3</sup>	259 <sup>3</sup>	<b>339</b>	235	-3	<b>-54</b>	25	0	<b>118</b>	136	-24	<b>-32</b>
Investitionen	407	219	<b>211</b>	291	197	<b>183</b>	115	128	<b>63</b>	89	55	<b>60</b>
Segmentvermögen	7.620 <sup>3</sup>	7.713 <sup>3</sup>	<b>7.208</b>	6.483 <sup>3</sup>	5.381 <sup>3</sup>	<b>5.086</b>	3.545	3.621	<b>2.760</b>	1.032 <sup>3</sup>	1.059 <sup>3</sup>	<b>1.059</b>
davon langfristig	(4.273)	(4.203)	<b>(4.113)</b>	(1.751)	(1.787)	<b>(1.668)</b>	(1.716)	(2.378)	<b>(1.733)</b>	(491)	(480)	<b>(478)</b>
Segmentschulden	6.101 <sup>3</sup>	5.393 <sup>3</sup>	<b>5.326</b>	8.031 <sup>3</sup>	5.456 <sup>3</sup>	<b>5.299</b>	1.993 <sup>3</sup>	1.629 <sup>3</sup>	<b>1.424</b>	1.065 <sup>3</sup>	1.030 <sup>3</sup>	<b>1.055</b>
Verkaufsfläche (1.000 m <sup>2</sup> )	5.484	5.369	<b>5.554</b>	3.035	2.940	<b>3.022</b>	3.043	3.036	<b>2.758</b>	1.441	1.440	<b>1.439</b>
Standorte (Anzahl)	743	722	<b>752</b>	942	908	<b>948</b>	421	420	<b>384</b>	137	137	<b>137</b>

### Regionensegmente

Mio. €	Deutschland			Westeuropa (ohne Deutschland)			Osteuropa			Asien/Afrika		
	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013
Außenumsätze (netto)	25.630	17.847	<b>17.840</b>	19.808	14.281	<b>13.664</b>	17.752	12.584	<b>12.011</b>	3.548	2.669	<b>2.805</b>
Innenumsätze (netto)	200	143	<b>162</b>	76	49	<b>63</b>	13	8	<b>9</b>	34	26	<b>23</b>
Umsatzerlöse (netto)	25.831	17.990	<b>18.002</b>	19.885	14.330	<b>13.727</b>	17.765	12.591	<b>12.021</b>	3.582	2.694	<b>2.829</b>
EBITDAR	1.468	774	<b>788</b>	1.270 <sup>3</sup>	707 <sup>3</sup>	<b>721</b>	1.365	831	<b>924</b>	1	40	<b>109</b>
EBITDA	938	371	<b>365</b>	942 <sup>3</sup>	461 <sup>3</sup>	<b>439</b>	1.175	694	<b>772</b>	-41	8	<b>78</b>
Abschreibungen	625	463	<b>442</b>	458 <sup>4</sup>	364 <sup>4</sup>	<b>204</b>	449	262	<b>246</b>	103	49	<b>70</b>
Zuschreibungen	7	3	<b>0</b>	0	0	<b>5</b>	6	2	<b>2</b>	0	0	<b>0</b>
EBIT	320	-89	<b>-76</b>	484 <sup>3</sup>	97 <sup>3</sup>	<b>240</b>	731	435	<b>528</b>	-144	-41	<b>8</b>
Investitionen	519	389	<b>328</b>	397	232	<b>146</b>	386	223	<b>129</b>	135	109	<b>87</b>
Segmentvermögen	11.458	11.218	<b>10.762</b>	6.767 <sup>3</sup>	6.507 <sup>3</sup>	<b>6.036</b>	8.019	7.902	<b>6.239</b>	1.659	1.778	<b>1.594</b>
davon langfristig	(6.587)	(6.687)	<b>(6.411)</b>	(3.668)	(3.724)	<b>(3.599)</b>	(4.730)	(5.633)	<b>(4.311)</b>	(1.076)	(1.119)	<b>(1.035)</b>
Segmentschulden	8.350 <sup>3</sup>	6.733 <sup>3</sup>	<b>6.926</b>	5.570 <sup>3</sup>	4.311 <sup>3</sup>	<b>4.223</b>	4.176 <sup>3</sup>	3.278 <sup>3</sup>	<b>2.941</b>	971	892 <sup>3</sup>	<b>922</b>
Verkaufsfläche (1.000 m <sup>2</sup> )	5.779	5.749	<b>5.774</b>	2.856	2.788	<b>2.861</b>	3.621	3.546	<b>3.400</b>	748	702	<b>738</b>
Standorte (Anzahl)	945	936	<b>944</b>	614	595	<b>613</b>	560	543	<b>541</b>	124	113	<b>123</b>

<sup>1</sup> Die Segmentberichterstattung wird unter Nummer 42 „Segmentberichterstattung“ erläutert

<sup>2</sup> Ungeprüft

<sup>3</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>4</sup> Beinhaltet auch Abschreibungen auf „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“

Immobilien			Sonstige			Konsolidierung			METRO GROUP		
12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013
0	0	0	24	21	10	0	0	0	66.739	47.380	46.321
0	0	0	5.889	4.256	4.141	-5.920	-4.272	-4.180	0	0	0
0	0	0	5.913	4.277	4.152	-5.920	-4.272	-4.180	66.739	47.380	46.321
74	-43	61	-99	-53	27	-10	-3	-8	4.106 <sup>3</sup>	2.358 <sup>3</sup>	2.543
1.039	688	723	-166	-102	-23	-24	-9	-16	3.017 <sup>3</sup>	1.542 <sup>3</sup>	1.657
432 <sup>4</sup>	320 <sup>4</sup>	276	118	85	81	-5	-4	-5	1.635 <sup>4</sup>	1.138 <sup>4</sup>	962
0	0	0	6	3	0	0	0	0	12	5	7
607	368	447	-278	-184	-104	-19	-5	-12	1.395 <sup>3</sup>	409 <sup>3</sup>	703
425	276	113	111	79	61	0	0	0	1.437	954	691
8.247	8.438	7.343	1.557	1.545	1.474	-1.040	-803	-707	27.445 <sup>3</sup>	26.953 <sup>3</sup>	24.223
(7.465)	(7.965)	(7.027)	(490)	(480)	(469)	(-128)	(-135)	(-135)	(16.057)	(17.160)	(15.352)
436 <sup>3</sup>	395 <sup>3</sup>	479	2.093 <sup>3</sup>	1.794 <sup>3</sup>	1.808	-1.069	-897	-746	18.650 <sup>3</sup>	14.800 <sup>3</sup>	14.645
0	0	0	0	0	0	0	0	0	13.003	12.784	12.773
0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.243	2.187	2.221

International			Konsolidierung			METRO GROUP		
12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013	12M 2012	9M 2012 <sup>2</sup>	9M 2013
41.108	29.533	28.481	0	0	0	66.739	47.380	46.321
123	82	96	-324	-225	-258	0	0	0
41.232	29.615	28.576	-324	-225	-258	66.739	47.380	46.321
2.636 <sup>3</sup>	1.577 <sup>3</sup>	1.754	2	6	2	4.106 <sup>3</sup>	2.358 <sup>3</sup>	2.543
2.076 <sup>3</sup>	1.163 <sup>3</sup>	1.290	4	8	3	3.017 <sup>3</sup>	1.542 <sup>3</sup>	1.657
1.010 <sup>4</sup>	674 <sup>4</sup>	520	0	0	0	1.635 <sup>4</sup>	1.138 <sup>4</sup>	962
6	2	7	0	0	0	12	5	7
1.071 <sup>3</sup>	491 <sup>3</sup>	777	4	8	3	1.395 <sup>3</sup>	409 <sup>3</sup>	703
918	565	363	0	0	0	1.437	954	691
16.445 <sup>3</sup>	16.188 <sup>3</sup>	13.868	-458	-453	-407	27.445 <sup>3</sup>	26.953 <sup>3</sup>	24.223
(9.474)	(10.476)	(8.944)	(-4)	(-3)	(-3)	(16.057)	(17.160)	(15.352)
10.717 <sup>3</sup>	8.481 <sup>3</sup>	8.087	-417	-414 <sup>3</sup>	-367	18.650 <sup>3</sup>	14.800 <sup>3</sup>	14.645
7.225	7.036	6.999	0	0	0	13.003	12.784	12.773
1.298	1.251	1.277	0	0	0	2.243	2.187	2.221

## Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

### Grundlagen der Rechnungslegung

Die METRO AG als Konzernmutter des METRO AG Konzerns (auch METRO GROUP) hat ihren Sitz in der Metro-Straße 1 in Düsseldorf, Deutschland. Der vorliegende Konzernabschluss der METRO AG zum 30. September 2013 wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB), London, 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 der METRO AG 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 (5. Dezember 2013) 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 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 gewährten Andienungsrechten 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 der Bilanz zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Der Konzernabschluss wurde in Euro erstellt. Alle Beträge sind in Millionen Euro (Mio. €) angegeben, sofern nicht auf Abweichungen besonders hingewiesen wird. Beträge unter 0,5 Mio. € werden abgerundet und als 0 berichtet. Seit 2012 werden lediglich in der Gewinn- und Verlustrechnung, der Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, der Bilanz, der Eigenkapitalentwicklung sowie 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.

### Geschäftsjahresumstellung

Im Jahr 2013 hat die METRO AG ihr Geschäftsjahr umgestellt. Durch die Umstellung soll das wichtige Weihnachtsgeschäft von Beeinträchtigungen durch Stichtagsinventuren oder Planungsarbeiten für das kommende Geschäftsjahr entkoppelt werden. Zudem wird durch die Umstellung bereits im ersten Quartal eine höhere Planungsqualität für das Gesamtjahr angestrebt.

Ab diesem Jahr enden die Geschäftsjahre der METRO AG künftig am 30. September anstatt am 31. Dezember. Zum Übergang ist das Geschäftsjahr 2013 ein 9-monatiges Rumpfgeschäftsjahr, das den Zeitraum 1. Januar 2013 bis 30. September 2013 umfasst. Das folgende Geschäftsjahr 2013/14 wird wieder ein reguläres 12-monatiges Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2013 bis zum 30. September 2014.

Um eine größtmögliche Vergleichbarkeit zu gewährleisten, werden im vorliegenden Konzernabschluss als Vorjahreszahlen jeweils der 30. September 2012 sowie der 31. Dezember 2012 dargestellt. Bei zeitraumbezogenen Angaben werden sowohl die Periode 9M 2012 (1. Januar 2012 bis 30. September 2012)

als auch die Periode 12M 2012 (1. Januar 2012 bis 31. Dezember 2012) gezeigt. Die Vorjahreszahlen zum 31. Dezember 2012 beziehungsweise für die Periode 12M 2012 entsprechen dem letzten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012; sofern Anpassungen vorgenommen wurden, wird dies explizit genannt. Diese Vergleichslogik wird sowohl in tabellarischen Übersichten als auch im Textteil verwendet.

Die in den Spiegeldarstellungen präsentierten Entwicklungen beinhalten jeweils die gleichen Gesamtzeiträume wie in vorherigen Konzernabschlüssen für 12-monatige Geschäftsjahre. Hierbei unterteilen sich die Darstellungen in die Entwicklungen vom 1. Januar 2012 zum 30. September 2012, vom 30. September 2012/1. Oktober 2012 zum 31. Dezember 2012 sowie vom 31. Dezember 2012/1. Januar 2013 zum 30. September 2013.

Bei den Vorjahreszahlen zum 30. September 2012 beziehungsweise für die Periode 9M 2012 handelt es sich um ungeprüfte Zahlen des Quartalsabschlusses zum 30. September 2012; sofern Anpassungen vorgenommen wurden, wird dies explizit genannt.

## Anwendung neuer Rechnungslegungsvorschriften

### Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 erstmals angewendete Rechnungslegungsvorschriften

Im vorliegenden Konzernabschluss kamen erstmals diejenigen vom IASB überarbeiteten, ergänzten sowie neu herausgegebenen Bilanzierungsstandards und Interpretationen zur Anwendung, die im Rumpfgeschäftsjahr 2013 für die METRO AG verpflichtend waren:

#### IFRS 7 (Finanzinstrumente: Angaben)

Seit dem 1. Januar 2013 ist die Änderung „Angaben – Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten“ des IFRS 7 (Finanzinstrumente: Angaben) anzuwenden. Hiernach sind Angaben zu Verrechnungsrechten und damit verwandte Vereinbarungen offenzulegen, um über ihre Auswirkungen auf die Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens zu informieren, sowie Abschlüsse nach IFRS und US-GAAP vergleichbar zu machen. Die Offenlegungspflicht umfasst sowohl saldierte Finanzinstrumente als auch solche nicht saldierte Finanzinstrumente, die einer durchsetzbaren Globalaufrechnungsvereinbarung oder einer vergleichbaren Vereinbarung unterliegen.

———— Eine tabellarische Darstellung der finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten, die Verrechnungsvereinbarungen, einklagbaren Globalverrechnungsverträgen und ähnlichen Vereinbarungen unterliegen, findet sich unter Nummer 38 „Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten“.

#### IFRS 13 (Bewertung zum beizulegenden Zeitwert)

Der neue Standard IFRS 13 stellt einheitliche Vorgaben auf, wie Fair Values zu ermitteln sind. Lediglich für IAS 17 (Leasingverhältnisse) und IFRS 2 (Anteilsbasierte Vergütungen) gibt es weiterhin separate Regelungen. In welchen Fällen zum Fair Value bewertet werden muss oder der Fair Value im Anhang anzugeben ist, wird allerdings weiterhin in dem jeweiligen themenbezogenen IFRS geregelt.

Nach IFRS 13 ist der Fair Value als Preis definiert, der durch den Verkauf eines Vermögenswerts erzielt werden würde beziehungsweise der gezahlt werden müsste, um eine Schuld zu übertragen. Hierfür sieht der Standard ein dreistufiges Hierarchiesystem vor, das bezüglich der Abhängigkeit von beobachtbaren Marktpreisen abgestuft ist. Sofern es einen Unterschied zwischen Angebots- und Nachfragepreis gibt, wird der zur Bewertung geeignetste Preis angesetzt. Sofern nicht anders angegeben, wird der Mittelwert aus Angebots- und Nachfragepreis verwendet.

Die Erstanwendung des IFRS 13 im aktuellen Rumpfgeschäftsjahr führte bei der METRO AG zu keinen wesentlichen Abweichungen bei der Ermittlung von Fair Values.

#### IAS 1 (Darstellung des Abschlusses)

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurde erstmals die Änderung „Darstellung von Posten des Sonstigen Ergebnisses“ des IAS 1 umgesetzt. Diese gibt vor, dass in der Überleitung vom Perioden- zum Gesamtergebnis die Posten des Sonstigen Ergebnisses dahingehend unterteilt werden müssen, ob sie in Zukunft bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen ergebniswirksam in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden oder ob sie dauerhaft im Eigenkapital verbleiben. Zusätzlich müssen für diese beiden neuen Kategorien des Sonstigen Ergebnisses die jeweiligen Steuereffekte gesondert dargestellt werden.

#### IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer)

Seit dem 1. Januar 2013 ist der überarbeitete IAS 19 verpflichtend anzuwenden. In diesem wurde das bislang bestehende Wahlrecht für versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen abgeschafft, nach welchem diese entweder sofort erfolgswirksam

in der Gewinn- und Verlustrechnung, erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis oder nach der sogenannten Korridormethode erfasst werden durften. Mit der Überarbeitung des IAS 19 ist für versicherungsmathematische Gewinne und Verluste nur noch die sofortige erfolgsneutrale Erfassung im Sonstigen Ergebnis zulässig. Die im Eigenkapital angesammelten Beträge verbleiben dort und werden auch in Folgeperioden nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung überführt. Demzufolge bleibt die Gewinn- und Verlustrechnung zukünftig dauerhaft frei von Effekten aus versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten. Da von der METRO AG bisher die Korridormethode angewandt wurde, führte dies zu einem Methodenwechsel. Eine weitere Änderung besteht darin, dass zukünftig für die Ermittlung der erwarteten Erträge aus dem Planvermögen der gleiche Zinssatz verwendet wird wie für die Diskontierung der Pensionsverpflichtungen. Zusätzlich wird der nachzuerrechnende Dienstzeitaufwand künftig ebenfalls vollständig in der Periode der dazugehörigen Planänderungen erfolgswirksam erfasst.

Gemäß den Übergangsvorschriften erfolgt die Erstanwendung des überarbeiteten IAS 19 bei der METRO AG retrospektiv. In der Bilanz wurden entsprechend der Höhe der am jeweiligen Stichtag bestehenden versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste, welche gemäß der Korridormethode bislang außerhalb der Bilanz mitgeführt wurden, die Gewinnrücklagen zum 31. Dezember 2012 um –627 Mio. €, zum 30. September 2012 um –586 Mio. € sowie zum 1. Januar 2012 um –203 Mio. € erfolgsneutral angepasst (einschließlich der auf Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallenden Beträge, exklusive des gegenläufigen Effekts aus latenten Steuern). Korrespondierend wurden die Rückstellungen zum 31. Dezember 2012 um +471 Mio. €, zum 30. September 2012 um +437 Mio. € sowie zum 1. Januar 2012 um +155 Mio. € beziehungsweise die Aktivwerte aus Pensionen zum 31. Dezember 2012 um –140 Mio. €, zum 30. September 2012 um –138 Mio. € sowie zum 1. Januar 2012 um –49 Mio. € angepasst. Der Bilanzgewinn wurde zum 31. Dezember 2012 um +12 Mio. €, zum 30. September 2012 um +5 Mio. € sowie zum 1. Januar 2012 um –1 Mio. € geändert.

Darüber hinaus mussten Anpassungen in der Gewinn- und Verlustrechnung für 12M 2012 und 9M 2012 vorgenommen werden. Durch die ergebniswirksame Ausbuchung des nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwands wurden die allgemeinen Verwaltungskosten um 4 Mio. € für 12M 2012 sowie um 2 Mio. € für 9M 2012 gesenkt, was zu einer ent-

sprechenden Erhöhung des EBIT führte. Infolge der Ausbuchung der in 12M 2012 und 9M 2012 vorgenommenen Amortisation von versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten sanken die Zinsaufwendungen um 8 Mio. € für 12M 2012 sowie um 7 Mio. € für 9M 2012. Zusätzlich stiegen die Zinserträge aufgrund der Anwendung des Rechnungszinssatzes der Pensionsverpflichtung auf das Planvermögen um 7 Mio. € für 12M 2012 sowie um 5 Mio. € für 9M 2012. Insgesamt ergab sich somit eine Erhöhung des Finanzergebnisses um 15 Mio. € für 12M 2012 sowie um 12 Mio. € für 9M 2012. Korrespondierend wurde ein rechnerischer Steueraufwand von 5 Mio. € für 12M 2012 sowie von 7 Mio. € für 9M 2012 berücksichtigt.

Wäre der IAS 19 nicht überarbeitet worden, hätte dies zu folgenden Auswirkungen geführt: Zum 30. September 2013 wären die Pensionsrückstellungen um 374 Mio. €, das EBIT um 1 Mio. € und das Finanzergebnis um 114 Mio. € geringer ausgefallen. Desweiteren wären die Aktivwerte aus Pensionen um 109 Mio. € und die Gewinnrücklagen um 627 Mio. € (exklusive des gegenläufigen Effekts aus latenten Steuern) höher angesetzt worden.

#### **Verbesserungen der IFRS (2009–2011)**

Darüber hinaus waren die „Verbesserungen der IFRS (2009–2011)“ erstmals ab dem 1. Januar 2013 anzuwenden. Diese hatten allerdings keinen wesentlichen Einfluss auf den vorliegenden Konzernabschluss.

#### **Weitere IFRS-Änderungen**

Zusätzlich zu den aufgeführten Änderungen sind zum IFRS 1 (Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards) die Änderung „Darlehen der öffentlichen Hand“ sowie die Interpretation IFRIC 20 (Abraumbeseitigungskosten während der Produktionsphase im Tagebau) zum 1. Januar 2013 in Kraft getreten. Da diese jedoch nur für IFRS-Erstanwender beziehungsweise im Tagebau tätige Unternehmen relevant sind, hatten diese Änderungen keine Auswirkungen für die METRO AG.

#### **Veröffentlichte, aber im Rumpfgeschäftsjahr 2013 noch nicht angewendete Rechnungslegungsvorschriften**

Vom IASB wurde eine Reihe weiterer Bilanzierungsstandards und Interpretationen neu verabschiedet beziehungsweise überarbeitet, die von der METRO AG im Rumpfgeschäftsjahr 2013 noch nicht umgesetzt wurden, da sie entweder noch nicht zwingend anzuwenden waren oder noch nicht von der Europäischen Kommission zur Anwendung genehmigt wurden.



Standard/ Interpretation	Titel	Anwendungsbeginn gemäß IFRS <sup>1</sup>	Anwendung bei METRO AG ab <sup>2</sup>	Genehmigt durch EU <sup>3</sup>
IFRS 7	Finanzinstrumente: Angaben (Änderung: Verpflichtender Zeitpunkt des Inkrafttretens von IFRS 9 und Übergangsangaben)	1.1.2015	1.10.2015 <sup>4</sup>	Nein
IFRS 9	Finanzinstrumente (Phase 1: Klassifizierung und Bewertung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten)	1.1.2015	1.10.2015 <sup>4</sup>	Nein
IFRS 9	Finanzinstrumente (Änderung: Verpflichtender Zeitpunkt des Inkrafttretens von IFRS 9 und Übergangsangaben)	1.1.2015	1.10.2015 <sup>4</sup>	Nein
IFRS 10	Konzernabschlüsse	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IFRS 10	Konzernabschlüsse (Änderung: Übergangslinien)	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IFRS 10	Konzernabschlüsse (Änderung: Investmentgesellschaften <sup>6</sup> )	1.1.2014	1.10.2014 <sup>4</sup>	Nein
IFRS 11	Gemeinschaftliche Vereinbarungen	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IFRS 11	Gemeinschaftliche Vereinbarungen (Änderung: Übergangslinien)	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IFRS 12	Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IFRS 12	Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen (Änderung: Übergangslinien)	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IFRS 12	Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen (Änderung: Investmentgesellschaften <sup>6</sup> )	1.1.2014	1.10.2014 <sup>4</sup>	Nein
IAS 27	Einzelabschlüsse (Überarbeitung sowie Umbenennung im Rahmen der Einführung von IFRS 10)	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IAS 27	Einzelabschlüsse (Änderung: Investmentgesellschaften <sup>6</sup> )	1.1.2014	1.10.2014 <sup>4</sup>	Nein
IAS 28	Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Überarbeitung sowie Umbenennung im Rahmen der Einführung von IFRS 11)	1.1.2013	1.10.2014 <sup>5</sup>	Ja
IAS 32	Finanzinstrumente: Darstellung (Änderung: Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten)	1.1.2014	1.10.2014 <sup>4</sup>	Ja
IAS 36	Wertminderung von Vermögenswerten (Änderung: Angaben zum erzielbaren Betrag bei nicht finanziellen Vermögenswerten <sup>6</sup> )	1.1.2014	1.10.2014 <sup>4</sup>	Nein
IAS 39	Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung (Änderung: Novationen von Derivaten und Fortsetzung der Sicherungsbilanzierung <sup>6</sup> )	1.1.2014	1.10.2014 <sup>4</sup>	Nein
IFRIC 21	Abgaben <sup>6</sup>	1.1.2014	1.10.2014 <sup>4</sup>	Nein

<sup>1</sup> Ohne vorzeitige Anwendung

<sup>2</sup> Voraussetzung: Genehmigung zur Anwendung (Endorsement) durch die EU ist erfolgt

<sup>3</sup> Stand: 30. September 2013

<sup>4</sup> Anwendung erst zum 1. Oktober aufgrund der Geschäftsjahresumstellung

<sup>5</sup> Für Unternehmen in der EU erfolgt die Anwendung erst ab dem 1. Januar 2014;

Anwendung bei der METRO AG zum 1. Oktober aufgrund der Geschäftsjahresumstellung

<sup>6</sup> Offizieller deutscher Titel noch nicht bekannt – daher eigene Übersetzung

### IFRS 9 (Finanzinstrumente – Phase 1: Klassifizierung und Bewertung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten)

Durch den neuen Standard IFRS 9 (Finanzinstrumente) sollen in Zukunft die derzeitigen Regelungen des IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) zur Bilanzierung von Finanzinstrumenten ersetzt werden. Die Entwicklung des IFRS 9 erfolgt in drei Phasen, von denen bislang nur die erste Phase „Klassifizierung und Bewertung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten“ abgeschlossen wurde. Des Weiteren sind die Phasen „Fortgeführte Anschaffungskosten und Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten“ sowie „Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen“ geplant.

Der bislang veröffentlichte Stand des IFRS 9 enthält daher ausschließlich die Resultate der ersten Phase „Klassifizie-

rung und Bewertung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten“. Im Rahmen dieser ersten Phase werden die vier Bewertungskategorien des IAS 39 zur Klassifizierung von finanziellen Vermögenswerten auf zwei reduziert – Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten und Bewertung zum Fair Value. Die Einordnung in diese beiden Kategorien erfolgt auf Grundlage der Eigenschaften der vertraglich festgelegten Cashflows des jeweiligen finanziellen Vermögenswerts sowie des Geschäftsmodells, mit dem das Unternehmen seine finanziellen Vermögenswerte steuert. Aufgrund dieser Kriterien dürfen Eigenkapitalinstrumente in Zukunft lediglich zum Fair Value bewertet werden.

Wertänderungen von finanziellen Vermögenswerten bewertet zum Fair Value sind grundsätzlich erfolgswirksam zu erfassen. Für Eigenkapitalinstrumente, die nicht zu Handelszwecken gehalten werden, besteht jedoch ein unwiderrufliches

Wahlrecht, bei erstmaligem Ansatz die Fair-Value-Änderungen erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen. Zudem ist eine Fair-Value-Option wie nach IAS 39 gemäß IFRS 9 für finanzielle Vermögenswerte nur noch erlaubt, falls hierdurch Ansatz- oder Bewertungsinkonsistenzen (Accounting Mismatches) vermieden werden können.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden im Regelfall zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Verbindlichkeiten werden hingegen zum Fair Value bilanziert. Des Weiteren besteht auch für finanzielle Verbindlichkeiten eine Fair-Value-Option. Bei Ausübung dieser Option sind allerdings in Zukunft diejenigen Fair-Value-Änderungen, die aus einer Bonitätsänderung des Unternehmens selbst resultieren, erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen, während andere Änderungen erfolgswirksam berücksichtigt werden.

Da der IFRS 9 in der vorliegenden Fassung nach heutigem Stand voraussichtlich erst zum 1. Januar 2015 anzuwenden sein wird, was durch die Geschäftsjahresumstellung zu einer Erstanwendung bei der METRO AG in dem am 1. Oktober 2015 beginnenden Geschäftsjahr 2015/16 führen würde, kann derzeit noch keine Aussage zu den möglichen Effekten getroffen werden.

#### **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 diesen werden die bisherigen Regelungen zu Konzernabschlüssen des IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse – in Zukunft nur noch Einzelabschlüsse) 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, also diejenigen Tätigkeiten, welche die wirtschaftlichen Erfolge des Beteiligungsunternehmens signifikant beeinflussen, zu bestimmen. Zum anderen trägt der Investor das Risiko beziehungsweise hat das Recht, an variablen wirtschaftlichen Erfolgen des Beteiligungsunternehmens 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 Quotenkonsolidierung 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 den gemeinschaftlich entstandenen Verbindlichkeiten in der eigenen Bilanz aus. Analog weist es den eigenen Anteil aus den mit der gemeinschaftlichen Tätigkeit verbundenen Umsatzerlösen, Erträgen und Aufwendungen 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 ist der 1. Januar 2013. Allerdings wurde in der Genehmigung zur Anwendung (Endorsement) der EU der Anwendungsbeginn für börsennotierte Unternehmen innerhalb der EU auf den 1. Januar 2014 verschoben. Daher erfolgt die erstmalige Anwendung durch die METRO AG aufgrund der Geschäftsjahresumstellung in dem am 1. Oktober 2014 beginnenden Geschäftsjahr 2014/15. Von

der Erstanwendung der genannten Standards werden keine bedeutenden Auswirkungen auf den Konzernabschluss der METRO AG erwartet.

#### **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 Änderung des IAS 32 ist für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2014 anzuwenden. Dies bedeutet, dass die Änderung aufgrund der Geschäftsjahresumstellung von der METRO AG erstmals in dem am 1. Oktober 2014 beginnenden Geschäftsjahr 2014/15 umgesetzt wird. Derzeit werden hieraus keine wesentlichen Effekte für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO AG erwartet.

Die erstmalige Anwendung der übrigen in der Tabelle aufgeführten Standards und Interpretationen wird nach derzeitiger Einschätzung zu keinen wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns führen.

#### **Geänderter Ausweis**

##### **Andienungsrechte von nicht beherrschenden Gesellschaftern**

Im Geschäftsjahr 2012 wurde die bilanzielle Behandlung von nicht beherrschenden Gesellschaftern gewährten Andienungsrechten harmonisiert. Bislang wurden die Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten innerhalb der Bilanzposition „Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten“ entweder unter der Position „Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern“ oder unter den „Übrigen Verbindlichkeiten“ ausgewiesen. Seit dem vierten Quartal 2012 werden sie einheitlich unter den „Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern“ gezeigt. Da die ersten drei Quartale des Geschäftsjahres 2012 nach der alten Logik berichtet wurden, erfolgte eine entsprechende retrospektive Anpassung. Dabei

wurden zum 30. September 2012 aus den „Übrigen Verbindlichkeiten“ 309 Mio. € in die „Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern“ umgegliedert. Dies führte auch zu einer Reduzierung der Segmentschulden zum 30. September 2012 im Segment Sonstige um 250 Mio. € und im Segment METRO Cash & Carry um 59 Mio. €, da die „Übrigen Verbindlichkeiten“ in die Segmentschulden eingerechnet werden, die „Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern“ jedoch nicht, da letztere nicht Teil des operativen Ergebnisses (EBIT) sind und somit nicht zu den Segmentschulden zählen.

#### **Vorzugsaktien**

Zum 1. Januar 2013 hat die METRO AG die bisherige Erfassung der aus der Ausgabe von Vorzugsaktien erhaltenen Beträge teilweise im Eigenkapital und teilweise im Fremdkapital aufgegeben. Die Vorzugsaktien, wie sie von der METRO AG ausgegeben werden, erfüllen nicht die Definition von Fremdkapital nach IAS 32, da die Zahlung einer Vorzugsdividende von einem entsprechenden Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung abhängt und eine Nachzahlungspflicht unschädlich für eine Eigenkapitalklassifizierung ist. Diese Auffassung wird durch die herrschende Meinung bestätigt. Seit dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 werden daher die Vorzugsaktien der METRO AG als reine Eigenkapitalinstrumente behandelt. Ein entsprechender Betrag in Höhe von 7 Mio. € wurde aus den „sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten“ (langfristig) in die „Kapitalrücklage“ umbucht. Aufgrund der fehlenden Wesentlichkeit unterblieb eine retrospektive Anpassung.

#### **Geänderte Bezeichnungen und neue Positionen**

##### **Geänderte Bezeichnung in der Gewinn- und Verlustrechnung**

In der Gewinn- und Verlustrechnung wurde der Posten „Ergebnis aus assoziierten Unternehmen“ in „Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen“ umbenannt. Dadurch soll deutlich werden, dass auch Ergebnisse aus Gemeinschaftsunternehmen in dieser Position enthalten sind.

##### **Neue Position in der Bilanz**

Da die Beträge der unter Anwendung der Equity-Methode erfassten Beteiligungen im Berichtsjahr 2012 wesentlich wurden, erfolgt der Ausweis seit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 in der separaten Bilanzposition „Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen“.

### Änderung von rechnungslegungsbezogenen Schätzungen Nutzungsdauer von Immobilien bei Galeria Kaufhof

Mit Wirkung zum 1. Januar 2013 wurden die Nutzungsdauern der Galeria Kaufhof Immobilien erhöht. Die neuen Nutzungsdauern liegen zwischen 30 und 50 Jahren. Im Rumpfgeschäftsjahr verminderten sich die Abschreibungsaufwendungen dadurch um 10,1 Mio. €. Ausgehend von dem heutigen Immobilienbestand von Galeria Kaufhof wird sich in den Folgejahren ein um 13,5 Mio. € geringerer Aufwand für Abschreibungen ergeben.

## Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden neben der METRO AG alle Tochterunternehmen einbezogen, bei denen die METRO AG die Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik durch die Mehrheit der Stimmrechte oder gemäß Satzung, Unternehmensvertrag oder vertraglicher Vereinbarung innehat. Es sind 710 deutsche (30.9.2012: 705; 31.12.2012: 701) und 614 internationale (30.9.2012: 630; 31.12.2012: 630) Tochterunternehmen einbezogen, die von der METRO AG gemäß IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse) in Verbindung mit SIC-12 (Konsolidierung – Zweckgesellschaften) beherrscht werden.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt geändert:

Stand 1. Januar 2013	1.332
Veränderungen im Geschäftsjahr 2013	
Verschmelzung auf andere Konzerngesellschaften	-18
Verkäufe	-8
Sonstige Abgänge	-12
Neugründungen	30
Erwerbe	1
<b>Stand 30. September 2013</b>	<b>1.325</b>

Die Zugänge aufgrund von Neugründungen (30 Gesellschaften) betreffen im Wesentlichen die Vertriebslinie Media-Saturn (19 Gesellschaften). Die Verkäufe beinhalten im Wesentlichen 3 russische und 2 ukrainische Gesellschaften sowie 1 rumänische Gesellschaft im Zusammenhang mit der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa sowie die vormals vollkonsolidierte Gesellschaft OPC I FRENCH WHOLESALE STORES – FWS (OPCI), die zum 30. September 2013 als nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligung ausgewiesen wird. In den sonstigen Abgängen sind im

Wesentlichen Marktschließungen durch Media-Saturn enthalten.

Einflüsse aus der Veränderung des Konsolidierungskreises werden, sofern sie von besonderer Bedeutung sind, unter den entsprechenden Abschlussposten gesondert erläutert.

6 assoziierte Unternehmen (30.9.2012: 4; 31.12.2012: 5) und 7 Gemeinschaftsunternehmen (30.9.2012: 7; 31.12.2012: 7) werden nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Insgesamt 7 Gesellschaften (30.9.2012: 6; 31.12.2012: 7), bei denen die METRO AG 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.

———— Eine Übersicht aller wesentlichen Konzerngesellschaften ist unter Nummer 54 „Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften“ aufgeführt. Darüber hinaus erfolgt eine vollständige Auflistung aller Konzerngesellschaften sowie der assoziierten Unternehmen unter Nummer 56 „Anteilsbesitz der METRO AG zum 30. September 2013 gemäß § 313 HGB“.

## Konsolidierungsgrundsätze

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden gemäß IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse) nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Soweit die lokalen Geschäftsjahre einbezogener Tochterunternehmen nicht am Abschlussstichtag der METRO AG am 30. September enden, wurden für Zwecke der IFRS-Konsolidierung Zwischenabschlüsse aufgestellt.

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 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 zugeord-

net 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 Kontrolle 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.

Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen werden 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 der Equity-Bewertung zugrunde liegenden Abschlüssen werden beibehalten, sofern sie den konzern-einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der METRO GROUP nicht wesentlich entgegenstehen.

In Einzelabschlüssen konsolidierter Tochterunternehmen getätigte Ab- beziehungsweise Zuschreibungen auf Anteile an konsolidierten Tochterunternehmen werden zurückgenommen.

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.

Eine Verminderung der Anteile an Tochterunternehmen ist als erfolgsneutrale Eigenkapitaltransaktion in den Gewinnrücklagen darzustellen, solange die Muttergesellschaft weiterhin über eine Beherrschungsmöglichkeit verfügt. Führt eine Verminderung oder der gesamte Abgang der Anteile zum Verlust der Beherrschungsmöglichkeit, 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 Erstverbuchung 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 er-

folgswirksam berücksichtigt. Währungsumrechnungsdifferenzen aus Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten, die als Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb anzusehen sind, sowie aus zur Veräußerung gehaltene Eigenkapitalinstrumente und qualifizierte 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 Mittelkurs am Bilanzstichtag; die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden 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 der Entkonsolidierung ausländischer Tochterunternehmen 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 9-monatigen Rumpfgeschäftsjahr 2013 wird mit dem Durchschnittskurs für den Zeitraum 1. Januar 2013 bis 30. September 2013 umgerechnet. Bei den Vergleichszahlen kam für die Periode 9M 2012 der Durchschnittskurs vom 1. Januar 2012 bis zum 30. September 2012 sowie für die Periode 12M 2012 der Durchschnittskurs des Kalenderjahres 2012 zur Anwendung. Die Stichtagskurse wurden jeweils für die dargestellten Stichtage 30. September 2013, 30. September 2012 und 31. Dezember 2012 ermittelt.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 war keine funktionale Währung eines einbezogenen Unternehmens als hochinflationär im Sinne des IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) klassifiziert.

Für die Währungsumrechnung wurden hinsichtlich der für die METRO GROUP wichtigsten Währungen der Länder, die nicht an der Europäischen Währungsunion teilnehmen, folgende Wechselkurse zugrunde gelegt:

		Durchschnittskurs je €			Stichtagskurs je €		
		12M 2012	9M 2012	9M 2013	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Ägyptisches Pfund	EGP	7,80341	7,75488	<b>9,02615</b>	8,33160	7,83770	<b>9,28670</b>
Bosnische Mark	BAM	1,95583	1,95583	<b>1,95583</b>	1,95583	1,95583	<b>1,95583</b>
Britisches Pfund	GBP	0,81108	0,81225	<b>0,85175</b>	0,81610	0,79805	<b>0,83605</b>
Bulgarischer Lew	BGN	1,95583	1,95583	<b>1,95583</b>	1,95583	1,95583	<b>1,95583</b>
Chinesischer Renminbi	CNY	8,10830	8,10963	<b>8,12135</b>	8,22070	8,12610	<b>8,26450</b>
Dänische Krone	DKK	7,44378	7,43864	<b>7,45742</b>	7,46100	7,45550	<b>7,45800</b>
Hongkong-Dollar	HKD	9,97090	9,94325	<b>10,21525</b>	10,22600	10,02580	<b>10,47220</b>
Indische Rupie	INR	68,59749	68,03499	<b>75,63341</b>	72,56000	68,34800	<b>84,84400</b>
Indonesische Rupie	IDR	12.051,91000	11.908,44000	<b>13.235,03000</b>	12.713,97000	12.380,86000	<b>15.425,27000</b>
Japanischer Yen	JPY	102,62680	101,70635	<b>127,30227</b>	113,61000	100,37000	<b>131,78000</b>
Kasachischer Tenge	KZT	191,72246	190,56869	<b>199,60568</b>	199,22000	194,02000	<b>207,55000</b>
Kroatische Kuna	HRK	7,52157	7,51869	<b>7,56235</b>	7,55750	7,44680	<b>7,61530</b>
Moldau-Leu	MDL	15,57239	15,45949	<b>16,38863</b>	15,99670	15,93230	<b>17,48880</b>
Norwegische Krone	NOK	7,47557	7,51262	<b>7,66175</b>	7,34830	7,36950	<b>8,11400</b>
Pakistanische Rupie	PKR	120,02184	118,38082	<b>131,44686</b>	128,17930	122,68010	<b>143,13720</b>
Polnischer Zloty	PLN	4,18338	4,20750	<b>4,20115</b>	4,07400	4,10380	<b>4,22880</b>
Neuer Rumänischer Leu	RON	4,45876	4,43641	<b>4,40879</b>	4,44450	4,53830	<b>4,46200</b>
Russischer Rubel	RUB	39,92102	39,79334	<b>41,66034</b>	40,32950	40,14000	<b>43,82400</b>
Schwedische Krone	SEK	8,70515	8,73251	<b>8,58111</b>	8,58200	8,44980	<b>8,65750</b>
Schweizer Franken	CHF	1,20529	1,20444	<b>1,23124</b>	1,20720	1,20990	<b>1,22250</b>
Serbischer Dinar	RSD	113,03958	112,89250	<b>112,67855</b>	113,71830	115,03200	<b>114,60440</b>
Singapur-Dollar	SGD	1,60594	1,61267	<b>1,64807</b>	1,61110	1,58480	<b>1,69610</b>
Tschechische Krone	CZK	25,14625	25,13996	<b>25,74354</b>	25,15100	25,14100	<b>25,73000</b>
Türkische Lira	TRY	2,31415	2,30954	<b>2,45831</b>	2,35510	2,32030	<b>2,75100</b>
Ukrainische Hrywnja	UAH	10,27073	10,23613	<b>10,52213</b>	10,53717	10,29019	<b>10,82012</b>
Ungarischer Forint	HUF	289,34044	291,33281	<b>296,79520</b>	292,30000	284,89000	<b>298,15000</b>
US-Dollar	USD	1,28539	1,28148	<b>1,31679</b>	1,31940	1,29300	<b>1,35050</b>
Vietnamesischer Dong	VND	26.793,52000	26.732,09000	<b>27.496,42000</b>	27.580,44000	27.093,06000	<b>28.474,33000</b>

## 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 Rücknahmepflichtungen 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.



**Betriebliche Aufwendungen** werden mit Inanspruchnahme der Leistung beziehungsweise zum Zeitpunkt ihrer Verursachung als Aufwand erfasst.

**Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen** umfassen bei der METRO GROUP primär Dividenden und Zinsen. Dividenden werden grundsätzlich mit der Entstehung des Rechtsanspruchs auf Zahlung 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, gegebenenfalls wird eine Wertänderung 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 aktiviert, wenn die Aktivierungskriterien gemäß IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) erfüllt sind. 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:

<b>Einzelkosten</b>	Materialeinzelkosten
	Fertigungseinzelkosten
	Sondereinzelkosten der Fertigung
<b>Gemeinkosten</b> (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 Zustand zu versetzen.

Die Folgebewertung der sonstigen immateriellen Vermögenswerte erfolgt gemäß dem Anschaffungskostenmodell. Das Wahlrecht zur Neubewertung wird nicht ausgeübt. Alle sonstigen immateriellen Vermögenswerte in der METRO GROUP haben eine begrenzte wirtschaftliche Nutzungsdauer und werden daher planmäßig linear abgeschrieben. Aktivierte selbst



erstellte und erworbene Software sowie vergleichbare immaterielle Vermögenswerte werden über einen Zeitraum von bis zu zehn Jahren, Lizenzen über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer beschrieben. Für diese immateriellen Vermögenswerte wird zu jedem Bilanzstichtag geprüft, ob Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Eine außerplanmäßige Abschreibung wird vorgenommen, falls der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten liegt. Eine Zuschreibung erfolgt bei Wegfall der Gründe einer in Vorperioden vorgenommenen außerplanmäßigen Abschreibung.

### 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 angemessene Teile der zurechenbaren 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

Aktivierete Rückbaukosten werden ratiertlich über die Nutzungsdauer des Vermögenswerts beschrieben.

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 die Sachanlage außerplanmäßig beschrieben. Bei Wegfall der Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung wird eine entsprechende Zuschreibung 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.

Sofern das wirtschaftliche Eigentum an dem Leasingobjekt nicht auf den Leasingnehmer übertragen wird, liegt aus seiner Sicht 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.

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

ten abzüglich planmäßiger und gegebenenfalls notwendiger außerplanmäßiger Abschreibungen 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. Dieser wird entweder mithilfe anerkannter Bewertungsmethoden ermittelt oder basiert auf externen Gutachten.

### Finanzanlagen

Sofern es sich hierbei nicht um **assoziierte Unternehmen** im Sinne des IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen) oder **Joint Ventures** gemäß IAS 31 (Anteile an Gemeinschaftsunternehmen) 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 „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 bestimmaren 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 bestimmaren 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 außerplanmäßige Abschreibung in Höhe der Differenz vorgenommen. 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 Schuldinstrumenten erfolgswirksam, bei Eigenkapitalinstrumenten erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis.

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). Danach werden für temporäre Unterschiede zwischen den im Konzernabschluss angesetzten Buchwerten und den steuerlichen Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden zukünftig wahrscheinlich eintretende Steuerent- und -belastungen bilanziert. Erwartete Steuerersparnisse aus der Nutzung von als zukünftig realisierbar eingeschätzten Verlustvorträgen werden aktiviert.

Aktive latente Steuern aus abzugsfähigen temporären Unterschieden und steuerlichen Verlustvorträgen, die die passiven latenten Steuern aus zu versteuernden temporären Unterschieden übersteigen, werden nur in dem Umfang angesetzt, in dem mit hinreichender Wahrscheinlichkeit angenommen werden kann, dass 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.

#### **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 sowie Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten und sind mit den jeweiligen Nennwerten bewertet.

#### **Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte, Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten und nicht fortgeführte Aktivitäten**

Die Klassifizierung als **zur Veräußerung vorgesehener Vermögenswert** gemäß IFRS 5 (Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebenen 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 durchführbar 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 entsprechend 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 werden erfolgswirksam im Dienstzeitaufwand berücksichtigt. Der in den Pensionsaufwendungen enthaltene Zinsanteil der Rückstellungszuführung wird als Zinsaufwand innerhalb des Finanzergebnisses gezeigt.

**Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen** (wie zum Beispiel Jubiläums- und Sterbegelder) setzen sich aus dem Barwert der künftig an den Arbeitnehmer 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 sie 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 entsprechen, 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 erkennbarer 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, welcher 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 Verbind-**

**lichkeiten** 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 „**Zu Handelszwecken gehaltener**“ finanzieller 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 passiviert. 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 passiviert.

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 oder um mit Andienungsrechten versehene Gesellschaftsanteile 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 Cashflow 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
<b>Aktiva</b>	
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	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Nennwert
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	Niedrigerer Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten
<b>Passiva</b>	
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, welche die im vorliegenden Konzernabschluss erfassten Beiträge am wesentlichsten beeinflussen, finden sich in den folgenden Anhangangaben:

- Festlegung des Konsolidierungskreises durch Beurteilung der Beherrschungsmöglichkeiten (Kapitel „Konsolidierungskreis“); hiervon betroffen sind neben Zweckgesellschaften (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 20 „Sachanlagen“)
- Einordnung von Immobilien als Finanzinvestitionen (Nummer 21 „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“)
- Zuordnung von Finanzinstrumenten zu der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“ (Nummer 40 „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 14 „Abschreibungen“, Nummer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“ und Nummer 20 „Sachanlagen“)
- Anlassbezogene Überprüfung der Werthaltigkeit von abnutzbaren Vermögenswerten (Nummer 14 „Abschreibungen“, Nummer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“ und Nummer 20 „Sachanlagen“)
- Jährliche Überprüfung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten (Nummer 18 „Geschäfts- oder Firmenwerte“ – inklusive Sensitivitätsanalyse)

- Einbringbarkeit von Forderungen – insbesondere Forderungen an Lieferanten (Nummer 23 „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“)
- Realisierbarkeit künftiger Steueransprüche – insbesondere aus Verlustvorträgen (Nummer 24 „Latente Steueransprüche/Latente Steuerschulden“)
- Bewertung von Vorräten (Nummer 25 „Vorräte“)
- Ermittlung von Rückstellungen für Pensionen (Nummer 32 „Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen“)
- Ermittlung von sonstigen Rückstellungen – beispielsweise für Mietunterdeckungen, Restrukturierungen und Garantieleistungen (Nummer 33 „Sonstige Rückstellungen [langfristig] / Rückstellungen [kurzfristig]“)

Obwohl die Schätzungen und Annahmen mit großer Sorgfalt getroffen wurden, können die tatsächlichen Werte in Einzelfällen von diesen 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.

### EBIT after Cost of Capital (EBITaC)

Im Rahmen einer wertorientierten Unternehmensführung kommen unter anderem die Kennzahlen EBIT after Cost of Capital (EBITaC) und Return on Capital Employed (RoCE) zum Einsatz. Im Fokus stehen der erfolgreiche Einsatz des Geschäftsvermögens und das Erreichen eines über den Kapitalkosten liegenden Wertbeitrags für die METRO GROUP.

— Weitere Informationen zum EBITaC sowie zum RoCE enthält der zusammengefasste Lagebericht – Kapitel 4 Ertragslage – Abschnitt „Wertorientiertes Management“.



### Rating

Die Ratings der METRO GROUP durch die beiden internationalen Agenturen Moody's und Standard & Poor's dienen aktuellen sowie potenziellen Fremdkapitalinvestoren als Bonitätsnachweis. Die aktuellen Ratings der METRO GROUP sichern den umfassenden Zugang zu allen Fremdkapitalmärkten.

Nähere Informationen zum Rating der METRO GROUP sind im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 5 Finanz- und Vermögenlage – Abschnitt „Finanzmanagement“ zu finden.

### Eigen- und Fremdkapital sowie bilanzielle Nettoverschuldung im Konzernabschluss

Das Eigenkapital hat eine Höhe von 5.206 Mio. € (30.9.2012: 5.649 Mio. €; 31.12.2012: 5.666 Mio. €), während das Fremdkapital 23.605 Mio. € (30.9.2012: 25.959 Mio. €; 31.12.2012: 29.136 Mio. €) beträgt. Die bilanzielle Nettoverschuldung beläuft sich auf 5.391 Mio. € gegenüber 7.734 Mio. € am 30.9.2012 (31.12.2012: 3.245 Mio. €).

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Eigenkapital<sup>1</sup></b>	<b>5.666</b>	<b>5.649</b>	<b>5.206</b>
<b>Fremdkapital<sup>1</sup></b>	<b>29.136</b>	<b>25.959</b>	<b>23.605</b>
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>3.245</b>	<b>7.734</b>	<b>5.391</b>
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnisse)	8.550	9.814	<b>7.963</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente gemäß Bilanz	5.299	2.075	<b>2.564</b>
Geldanlagen > 3 Monate ≤ 1 Jahr <sup>2</sup>	6	5	<b>8</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>2</sup>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 Rumpfgeschäftsjahr wurden alle extern auferlegten Kapitalanforderungen erfüllt. Diese beinhalten beispielsweise die Einhaltung eines bestimmten Verschuldungsgrads oder einer festen Eigenkapitalquote.

## Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### 1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse (netto) setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
METRO Cash & Carry	31.636	23.029	22.559
Media-Saturn	20.970	14.322	14.405
Real	11.017	7.912	7.261
Galeria Kaufhof	3.092	2.096	2.086
Sonstige	24	21	10
	<b>66.739</b>	<b>47.380</b>	<b>46.321</b>

Die im Segment Sonstige ausgewiesenen Umsätze betreffen im Wesentlichen die MGB METRO Group Buying HK Ltd. mit 6 Mio. € (9M 2012: 7 Mio. €; 12M 2012: 9 Mio. €) und die Logistikgesellschaften mit 3 Mio. € (9M 2012: 12 Mio. €; 12M 2012: 12 Mio. €).

Von den Umsatzerlösen entfallen 28,5 Mrd. € (9M 2012: 29,5 Mrd. €; 12M 2012: 41,1 Mrd. €) auf Konzernunternehmen mit internationalem Sitz.

Die Entwicklung der Umsätze nach Geschäfts- und Regionen-segmenten ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

### 2. Sonstige betriebliche Erträge

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Mieten einschließlich Erstattungen von Mietnebenkosten	489	367	336
Serviceleistungen an Lieferanten	353	235	234
Dienstleistungen/Kostenerstattungen	347	267	231
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen	271	92	215
Erträge aus Entkonsolidierung	33	6	192
Übrige	209	151	184
	<b>1.702</b>	<b>1.117</b>	<b>1.393</b>

Die Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen beinhalten hauptsächlich Erträge aus Sale-and-Leaseback-Transaktionen in Höhe von 137 Mio. € (9M 2012: 67 Mio. €; 12M 2012: 233 Mio. €). Diese betreffen mit 134 Mio. € im Wesentlichen den Abgang von 43 französischen Standorten von METRO Cash & Carry im

Rahmen der Veräußerung der OPCI FRENCH WHOLESAL STORES – FWS. Darüber hinaus sind insbesondere Erträge aus Immobilienveräußerungen in Höhe von 62 Mio. € (9M 2012: 8 Mio. €; 12M 2012: 12 Mio. €) enthalten.

In den Erträgen aus Entkonsolidierung sind im Wesentlichen die Erträge aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa enthalten (9M 2012 und 12M 2012: im Wesentlichen Großhandelsgeschäft im Vereinigten Königreich).

Die übrigen sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten insbesondere Erträge aus Bauleistungen 26 Mio. € (9M 2012: 11 Mio. €; 12M 2012: 15 Mio. €). Darüber hinaus sind unter anderem Erträge aus Schadensersatz in Höhe von 11 Mio. € (9M 2012: 9 Mio. €; 12M 2012: 16 Mio. €), Erträge aus sonstigen Provisionen 10 Mio. € (9M 2012: 5 Mio. €; 12M 2012: 7 Mio. €), Zuschüsse der öffentlichen Hand 7 Mio. € (9M 2012: 7 Mio. €; 12M 2012: 10 Mio. €) und Erträge aus der Ausbuchung von verjährten Verbindlichkeiten 7 Mio. € (9M 2012: 8 Mio. €; 12M 2012: 9 Mio. €) enthalten.

### 3. Vertriebskosten

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Personalkosten	5.924	4.398	4.375
Sachkosten	6.469	4.700	4.511
	<b>12.393</b>	<b>9.098</b>	<b>8.886</b>

Ursache für den Rückgang der Vertriebskosten gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum sind im Wesentlichen die innerhalb der Sachkosten abgebildeten Abschreibungen. Grund für deren Rückgang sind die im Vorjahresvergleichszeitraum vorgenommenen außerplanmäßigen Abschreibungen vor dem Hintergrund der Veräußerung des Großhandelsgeschäfts im Vereinigten Königreich sowie die auf diesen Geschäftsbereich entfallende planmäßige Abschreibung im Rumpfgeschäftsjahr. Weiterhin haben die Entscheidungen zum Rückzug der Vertriebsmarke Media Markt aus China sowie zum Verkauf des Real-Geschäfts in Osteuropa und die damit verbundene Umgliederung des Real-Geschäfts in Osteuropa in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ zum 31. Dezember 2012 dazu geführt, dass die planmäßige Abschreibung für diese Geschäftsbereiche im Rumpfgeschäftsjahr entfällt.

#### 4. Allgemeine Verwaltungskosten

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Personalkosten <sup>1</sup>	893	696	581
Sachkosten <sup>1</sup>	767	521	463
	1.660	1.217	1.044

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Der Rückgang der allgemeinen Verwaltungskosten resultiert im Wesentlichen aus den im Vorjahr im Rahmen der Reorganisation von Verwaltungsstrukturen angefallenen Einmalaufwendungen.

#### 5. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	27	16	58
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	107	37	31
Übrige	61	26	42
	195	80	131

Die Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens beinhalten hauptsächlich Aufwendungen aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa in Höhe von 34 Mio. €.

Die Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen auf die Vertriebslinie METRO Cash & Carry und verteilen sich auf die Länder Dänemark (16 Mio. €) und Ungarn (15 Mio. €) (9M 2012: METRO Cash & Carry Vereinigtes Königreich 37 Mio. €; 12M 2012: METRO Cash & Carry in den Ländern Ungarn 50 Mio. €, Vereinigtes Königreich 37 Mio. € und Griechenland 20 Mio. €).

Nähere Angaben über die Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sind unter Nummer 18 „Geschäfts- oder Firmenwerte“ enthalten.

Die übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten insbesondere Aufwendungen aus Bauleistungen in Höhe von 28 Mio. € (9M 2012: 10 Mio. €; 12M 2012: 14 Mio. €).

#### 6. Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen

Der Anteil des Konzerns am Gewinn aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen beträgt 6 Mio. € (9M 2012: 2 Mio. €; 12M 2012: 2 Mio. €).

#### 7. Sonstiges Beteiligungsergebnis

Das sonstige Beteiligungsergebnis in Höhe von 7 Mio. € (9M 2012: 3 Mio. €; 12M 2012: 15 Mio. €) beinhaltet hauptsächlich Gewinnausschüttungen.

#### 8. Zinsertrag/Zinsaufwand

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Zinserträge <sup>1</sup>	130	104	62
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(1)	(1)	(0)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge <sup>1</sup>	(48)	(36)	(5)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:			
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(47)	(39)	(33)
bis zur Endfälligkeit gehalten	(0)	(0)	(0)
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(8)	(6)	(6)
zur Veräußerung verfügbar	(0)	(0)	(0)
Zinsaufwendungen <sup>1</sup>	-677	-498	-427
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(-133)	(-101)	(-93)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge <sup>1</sup>	(-99)	(-74)	(-40)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:			
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(-12)	(-9)	(-10)
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-362)	(-278)	(-256)
	-547	-395	-365

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die Zinserträge und Zinsaufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

## 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. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Sonstige finanzielle Erträge	248	208	<b>167</b>
davon aus Wechselkurseffekten	(166)	(172)	<b>(143)</b>
davon aus Sicherungsgeschäften	(34)	(30)	<b>(20)</b>
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-284	-258	<b>-329</b>
davon aus Wechselkurseffekten	(-192)	(-190)	<b>(-190)</b>
davon aus Sicherungsgeschäften	(-21)	(-15)	<b>(-24)</b>
<b>Übriges Finanzergebnis</b>	<b>-36</b>	<b>-50</b>	<b>-162</b>
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:			
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(-19)	(-3)	<b>(-43)</b>
bis zur Endfälligkeit gehalten	(0)	(0)	<b>(0)</b>
zu Handelszwecken gehalten	(23)	(20)	<b>(-16)</b>
zur Veräußerung verfügbar	(3)	(2)	<b>(0)</b>
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-46)	(-38)	<b>(-30)</b>
davon aus Fair-Value-Hedges:			
Grundgeschäfte	(0)	(0)	<b>(0)</b>
Sicherungsgeschäfte	(0)	(0)	<b>(0)</b>
davon aus Cashflow Hedges:			
Ineffektivitäten	(-5)	(-3)	<b>(1)</b>

Das Gesamtergebnis aus Wechselkurseffekten sowie aus Bewertungsergebnissen von Sicherungsgeschäften und Sicherungszusammenhängen beträgt -51 Mio. € (9M 2012: -4 Mio. €; 12M 2012: -12 Mio. €). Dieser Wert resultiert überwiegend aus Fremdwährungsfinanzierungen in Osteuropa. Die Entwicklung insbesondere einzelner osteuropäischer Währungen verursachte sowohl im Bereich der Wechselkurseffekte als auch der Sicherungsgeschäfte im Gegensatz zum Vorjahr ein negatives Ergebnis. Darüber hinaus ist das übrige Finanzergebnis mit -66 Mio. € (9M 2012: -21 Mio. €; 12M 2012: -21 Mio. €) aus Währungseffekten belastet, die aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen entstanden sind und im Jahr der Entkonsolidierung des Tochterunternehmens erfolgswirksam aufgelöst werden.

Zu möglichen Auswirkungen von Währungsrisiken wird auf Nummer 43 „Management der finanzwirtschaftlichen Risiken“ verwiesen.

**10. Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien**

Die wesentlichen Ergebniseinflüsse aus Finanzinstrumenten stellen sich wie folgt dar:

12M 2012			Fair- Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen	Abgänge	Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis
Mio. €	Beteili- gungen	Zinsen						
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	47	0	0	0	-53	-1	-7
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-4	17	0	0	0	0	13
Zur Veräußerung verfügbar	15	0	0	0	3	0	0	18
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-362	0	-26	10	0	-19	-398
	<b>15</b>	<b>-319</b>	<b>17</b>	<b>-26</b>	<b>13</b>	<b>-53</b>	<b>-20</b>	<b>-373</b>

9M 2012			Fair- Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen	Abgänge	Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis
Mio. €	Beteili- gungen	Zinsen						
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	39	0	5	0	-35	0	8
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-3	17	0	0	0	0	14
Zur Veräußerung verfügbar	3	0	0	0	2	0	0	6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-278	0	-24	8	0	-14	-308
	<b>3</b>	<b>-243</b>	<b>17</b>	<b>-19</b>	<b>11</b>	<b>-35</b>	<b>-14</b>	<b>-280</b>

9M 2013			Fair- Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen	Abgänge	Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis
Mio. €	Beteili- gungen	Zinsen						
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	33	0	-30	0	-55	0	-53
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-4	-15	0	0	0	0	-19
Zur Veräußerung verfügbar	7	0	0	0	0	0	0	7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-256	0	-16	7	0	-14	-279
	<b>7</b>	<b>-227</b>	<b>-15</b>	<b>-46</b>	<b>7</b>	<b>-55</b>	<b>-14</b>	<b>-344</b>

Die Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

Die Erträge aus Beteiligungen sind im sonstigen Beteiligungsergebnis berücksichtigt. Die Erträge und Aufwendungen aus Zinsen sind Bestandteil des Zinsergebnisses. Fair-Value-Bewertungen sowie Effekte 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. Die Aufwendungen aus Wertberichtigungen sind im Wesentlichen Bestandteil des betrieblichen Ergebnisses.

Wertberichtigungen sind detailliert unter Nummer 27 „Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente“ beschrieben.

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 in den einzelnen Ländern gezahlten beziehungsweise geschuldeten Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen.

Mio. €	12M 2012	9M 2013
Gezahlte bzw. geschuldete Steuern	528	232
davon Deutschland	(161)	(67)
davon international	(367)	(165)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(516)	(240)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(12)	(-8)
Latente Steuern <sup>1</sup>	186	28
davon Deutschland <sup>1</sup>	(103)	(-9)
davon international <sup>1</sup>	(83)	(37)
	714	260

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

In diesem Abschnitt erfolgt ein Vergleich der aktuellen Werte mit den Werten zum 31. Dezember 2012, da eine Vergleichbarkeit mit dem Neun-Monats-Zeitraum 2012 nicht gegeben ist.

Ursache hierfür ist, dass die Steuer im Rahmen der Quartalsberichterstattung nach den Vorschriften der Zwischenberichterstattung mithilfe des sogenannten integralen Ansatzes ermittelt wird. Diesem Ansatz zufolge entspricht der ausgewiesene Steueraufwand der prognostizierten Jahressteuerquote. Eine detaillierte Ist-Steuerberechnung für den 9-Monats-Zeitraum 2012 liegt daher nicht vor.

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 36,15 Prozent (12M 2012: 40,69 Prozent).

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.

Der latente Steueraufwand des Geschäftsjahres beinhaltet keinen Effekt aus Steuersatzänderungen (12M 2012: Aufwand 2 Mio. €).

Mio. €	12M 2012	9M 2013
Latente Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung <sup>1</sup>	186	28
davon aus temporären Differenzen <sup>1</sup>	(142)	(21)
davon aus Verlust- und Zinsvorträgen	(44)	(7)

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Der Ertragsteueraufwand von 260 Mio. € (12M 2012: 714 Mio. €), der vollständig auf das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit entfällt, ist um 202 Mio. € (12M 2012: 461 Mio. €) höher als der erwartete Ertragsteueraufwand von 58 Mio. € (12M 2012: 253 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. €	12M 2012	9M 2013
<b>Ergebnis vor Steuern<sup>1</sup></b>	<b>829</b>	<b>189</b>
Erwarteter Ertragsteueraufwand (30,53 %) <sup>1</sup>	253	58
Auswirkungen abweichender nationaler Steuersätze <sup>1</sup>	-64	-47
Periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge	12	-8
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	127	77
Auswirkungen nicht angesetzter bzw. wertberechtigter latenter Steuern	314	187
Hinzurechnungen und Kürzungen für lokale Steuern	19	16
Steuerfreie Erträge/Tax Holidays	-5	-8
Sonstige Abweichungen	58	-15
<b>Ertragsteueraufwand laut Gewinn- und Verlustrechnung<sup>1</sup></b>	<b>714</b>	<b>260</b>
<b>Konzernsteuerquote (in %)<sup>1</sup></b>	<b>86,15</b>	<b>137,81</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die überdurchschnittlich hohe Steuerquote im Rumpfgeschäftsjahr 2013 resultiert im Wesentlichen aus dem – aufgrund des fehlenden Weihnachtsgeschäfts – niedrigen Ergebnis vor Steuern. Diesem steht ein vergleichsweise hoher Steueraufwand gegenüber, da keine Erträge aus der Bewertung der inländischen laufenden Steuerverluste berücksichtigt wurden. Der positive Effekt der sonstigen Abweichungen im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ist zum überwiegenden Teil auf die Entkonsolidierung des Real-Geschäfts in Osteuropa zurückzuführen.

Im Jahr 2012 wurde der hohe Betrag der nicht angesetzten beziehungsweise wertberechtigten latenten Steuern verursacht durch Aufwendungen, die durch die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa, die Entscheidung zum Rückzug von Media Markt aus China sowie durch mehrere Restrukturierungsprogramme der METRO GROUP in Deutschland angefallen waren. Diese Aufwendungen wurden nicht mit latenten Steuern bewertet. Der hohe Betrag der sonstigen Abweichungen 2012 resultierte im Wesentlichen aus der nicht mit Steuern belegten Veräußerung des Großhandelsgeschäfts im Vereinigten Königreich.

## 12. Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis

Das den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnende Periodenergebnis betrifft mit 53 Mio. € (9M 2012: 62 Mio. €; 12M 2012: 156 Mio. €) Gewinnanteile und mit 53 Mio. € (9M 2012: 57 Mio. €; 12M 2012: 58 Mio. €) Verlustanteile. Im Wesentlichen handelt es sich um Gewinn-/Verlustanteile nicht beherrschender Gesellschafter in der Vertriebslinie Media-Saturn.

## 13. 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. Den Vorzugsaktionären der METRO AG stand im Geschäftsjahr 2012 mit 1,06 € eine Mehrdividende von 0,06 € gegenüber den Stammaktionären zu. Diese Mehrdividende wird 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.

	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	326.787.529	326.787.529	<b>326.787.529</b>
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis (Mio. €) <sup>1</sup>	17	-19	<b>-71</b>
<b>Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)<sup>1</sup></b>	<b>0,05</b>	<b>-0,06</b>	<b>-0,22</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Das Ergebnis je Vorzugsaktie entspricht dem Ergebnis je Aktie, da der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vorschlägt, den Bilanzgewinn von 137 Mio. € in voller Höhe in die anderen Gewinnrücklagen einzustellen.

## 14. Abschreibungen

Die Abschreibungen in Höhe von 997 Mio. € (9M 2012: 1.138 Mio. €; 12M 2012: 1.636 Mio. €) beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 157 Mio. € (9M 2012: 200 Mio. €; 12M 2012: 411 Mio. €). Abwertungen im Zusammenhang mit der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa tragen hierzu mit 39 Mio. € bei. Vor dem Hintergrund der negativen Geschäftsentwicklung von METRO Cash & Carry in den Ländern Ägypten und Kasachstan waren Abwertungen der Sachanlagen in Höhe von 44 Mio. € notwendig. Darüber hinaus beinhalten die außerplanmäßigen Abschreibungen die Abwertung der Geschäfts- oder Firmenwerte von METRO Cash & Carry Dänemark in Höhe von 16 Mio. € und METRO Cash & Carry Ungarn in Höhe von 15 Mio. €. Die Aufteilung der Abschreibungsbeträge in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie auf die betroffenen Vermögenswertkategorien stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Umsatzkosten	17	13	15
davon planmäßige Abschreibungen	(17)	(13)	(15)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	[0]	[0]	[0]
Vertriebskosten	1.341	974	804
davon planmäßige Abschreibungen	(1.052)	(811)	(720)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(289)	(162)	(84)
Allgemeine Verwaltungskosten	169	114	112
davon planmäßige Abschreibungen	(156)	(114)	(105)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(13)	[0]	(7)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	107	37	66
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(107)	(37)	(66)
Finanzergebnis	1	0	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(1)	[0]	(0)
	<b>1.636</b>	<b>1.138</b>	<b>997</b>

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Immaterielle Vermögenswerte	252	127	144
davon planmäßige Abschreibungen	(164)	(122)	(107)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(88)	[5]	(37)
Sachanlagen	1.197	829	802
davon planmäßige Abschreibungen	(1.049)	(806)	(725)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(149)	(23)	(77)
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	13	10	16
davon planmäßige Abschreibungen	(13)	(10)	(8)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	[0]	[0]	(8)
Finanzanlagen <sup>1</sup>	1	0	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(1)	[0]	(0)
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	172	172	34
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(172)	(172)	(34)
	<b>1.636</b>	<b>1.138</b>	<b>997</b>

<sup>1</sup> Enthalten nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

Von den außerplanmäßigen Abschreibungen entfallen auf METRO Cash & Carry 39 Mio. € (9M 2012: 133 Mio. €; 12M 2012: 205 Mio. €), auf Media-Saturn 16 Mio. € (9M 2012: 10 Mio. €; 12M 2012: 71 Mio. €), auf Real 39 Mio. € (9M 2012: 1 Mio. €; 12M 2012: 46 Mio. €), auf das Immobiliensegment 59 Mio. € (9M 2012: 56 Mio. €; 12M 2012: 86 Mio. €) und auf andere Gesellschaften 4 Mio. € (9M 2012: 1 Mio. €; 12M 2012: 2 Mio. €).

### 15. Materialaufwand

In den Umsatzkosten sind folgende Materialaufwendungen enthalten:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	51.990	37.102	36.331
Aufwendungen für bezogene Leistungen	17	12	14
	<b>52.007</b>	<b>37.114</b>	<b>36.345</b>

### 16. Personalaufwand

Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Löhne und Gehälter	6.124	4.575	4.414
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung <sup>1</sup>	1.365	1.023	1.023
davon für Altersversorgung <sup>1</sup>	(66)	(57)	(66)
	<b>7.489</b>	<b>5.598</b>	<b>5.437</b>

<sup>1</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die im Personalaufwand aufgeführten Löhne und Gehälter enthalten Aufwendungen für Abfindungen in Höhe von 55 Mio. € (9M 2012: 29 Mio. €; 12M 2012: 68 Mio. €). Darüber hinaus sind in den Löhnen und Gehältern Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 20 Mio. € (9M 2012: 119 Mio. €; 12M 2012: 119 Mio. €) enthalten, die ebenfalls Abfindungskomponenten beinhalten. Ein weiterer Bestandteil der Löhne und Gehälter sind Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 7 Mio. € (9M 2012: 2 Mio. € Ertrag; 12M 2012: 3 Mio. € Ertrag).



Im Jahresdurchschnitt waren im Konzern beschäftigt:

Anzahl der Mitarbeiter	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Arbeiter/Angestellte	278.811	277.418	269.493
Auszubildende	9.296	9.146	9.101
	<b>288.107</b>	<b>286.564</b>	<b>278.594</b>

Hierin sind auf Personenbasis 75.144 (9M 2012: 76.329; 12M 2012: 76.749) Teilzeitbeschäftigte berücksichtigt. Der Anteil der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter betrug auf Vollzeitbasis 63,5 Prozent (9M 2012: 64,0 Prozent; 12M 2012: 64,1 Prozent).

### 17. Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern (zum Beispiel Grundsteuer, Kraftfahrzeugsteuer, Verbrauch- und Verkehrssteuer) in Höhe von 118 Mio. € (9M 2012: 111 Mio. €; 12M 2012: 158 Mio. €) sind in den Umsatzkosten, in den Vertriebskosten sowie in den allgemeinen Verwaltungskosten enthalten.

## Erläuterungen zur Bilanz

### 18. Geschäfts- oder Firmenwerte

Die Geschäfts- oder Firmenwerte betragen 3.763 Mio. € (30.9.2012: 4.022 Mio. €; 31.12.2012: 3.780 Mio. €).

Eine Anzahl von Geschäftsanteilen an der Media-Saturn-Holding GmbH war zugunsten eines nicht beherrschenden Gesellschafters mit einem Andienungsrecht ausgestattet. Im Rahmen der Ausübung dieses Andienungsrechts veräußerte der nicht beherrschende Gesellschafter im Rumpfgeschäftsjahr 2013 seine Anteile an die METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH. Im Konzernabschluss der METRO GROUP führte dieser Erwerb von Anteilen zu einem Anstieg der Geschäfts- oder Firmenwerte um 10 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 Andienungsrechte erhöhte sich der Geschäfts- oder Firmenwert um 5 Mio. € (30.9.2012: Abnahme um 10 Mio. €; 31.12.2012: Abnahme um 2 Mio. €).

Mit Vertrag vom 30. November 2012 trafen die METRO GROUP und das französische Handelsunternehmen Groupe Auchan die Vereinbarung, das Real-Geschäft in Osteuropa an Groupe Auchan zu veräußern. Seit Inkrafttreten der Vereinbarung werden alle Vermögenswerte und Schulden, die Bestandteil der Vereinbarung sind, als Veräußerungsgruppe im Sinne des IFRS 5 behandelt. In diesem Zusammenhang wurden zum 31. Dezember 2012 die Geschäfts- oder Firmenwerte von Real Polen und Real Russland in die Position „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ umgegliedert. Der Geschäfts- oder Firmenwert von Real Russland ist im Rahmen der Entkonsolidierung inzwischen abgegangen.

Wesentliche Anteile der Geschäfts- oder Firmenwerte bestanden zum Berichtsstichtag bei folgenden Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten:

	31.12.2012		30.9.2012		30.9.2013	
	WACC		WACC		WACC	
	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	
Real Deutschland	1.083	5,9	1.083	<b>1.083</b>	<b>5,8</b>	
METRO Cash & Carry Frankreich	398	5,9	398	<b>398</b>	<b>5,8</b>	
METRO Cash & Carry Niederlande	352	6,0	352	<b>352</b>	<b>5,9</b>	
METRO Cash & Carry Polen	258	6,6	258	<b>257</b>	<b>6,4</b>	
METRO Cash & Carry Deutschland	223	5,9	223	<b>223</b>	<b>5,8</b>	
Media-Saturn Deutschland	211	7,7	222	<b>217</b>	<b>7,5</b>	
METRO Cash & Carry Ungarn	189	8,7	239	<b>174</b>	<b>8,1</b>	
METRO Cash & Carry Italien	171	6,6	171	<b>171</b>	<b>6,8</b>	
METRO Cash & Carry Belgien	145	6,0	145	<b>145</b>	<b>5,9</b>	
METRO Cash & Carry Spanien/Portugal	0	0,0	0	<b>142</b>	<b>7,3</b>	
METRO Cash & Carry Portugal	91	8,5	91	<b>0</b>	<b>0,0</b>	
METRO Cash & Carry Spanien	51	7,2	51	<b>0</b>	<b>0,0</b>	
Redcoon-Gruppe	83	8,8	83	<b>83</b>	<b>8,5</b>	
Media-Saturn Italien	71	8,5	73	<b>72</b>	<b>8,7</b>	
METRO Cash & Carry Rumänien	56	8,5	48	<b>61</b>	<b>7,9</b>	
Galeria Inno Belgien	57	6,9	57	<b>57</b>	<b>6,7</b>	
Real Polen	0	6,6	144	<b>0</b>	<b>0,0</b>	
Übrige Gesellschaften (jeweils < 50 Mio. € oder Corporate Assets)	341		384	<b>328</b>		
	<b>3.780</b>		<b>4.022</b>	<b>3.763</b>		

Aufgrund der Vorschriften des IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 wird eine jährliche Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte durchgeführt. Diese erfolgt auf Ebene einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Diese Gruppe ist beim Geschäfts- oder Firmenwert grundsätzlich die Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land. Ausnahme von dieser Regel ist die zahlungsmittelgenerierende Einheit METRO Cash & Carry Spanien/Portugal. Nach Zusammenführung der zentralen Managementfunktionen von METRO Cash & Carry Spanien und Portugal erfolgt die Werthaltigkeitsprüfung für die neue zahlungsmittelgenerierende Einheit METRO Cash & Carry Spanien/Portugal. 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 Cash-

flows berechnet wird. Die erwarteten Cashflows basieren auf einem qualifizierten Planungsprozess unter Beachtung von unternehmensinternen Erfahrungswerten sowie unternehmensextern erhobenen volkswirtschaftlichen Rahmen-daten. Der Detailplanungszeitraum umfasst grundsätzlich drei Jahre, in Ausnahmefällen kann dieser bei Vorliegen einer darüber hinausgehenden Detailplanung sechs Jahre betragen. Im Anschluss an den Detailplanungszeitraum wird wie im Vorjahr in der Regel eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent unterstellt. 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 2,5 Prozent (wie zum 31. Dezember 2012) sowie einer Marktrisikoprämie von 6,5 Prozent (wie zum 31. Dezember 2012) in Deutschland. 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 5,8 und 9,7 Prozent (31.12.2012: 5,9 bis 10,7 Prozent).

Für die als wesentlich erachteten Geschäfts- oder Firmenwerte wurden bei der vorgeschriebenen jährlichen Werthaltigkeitsprüfung zum 30. September 2013 die folgenden Annahmen zur Entwicklung der Umsätze, des EBIT und der EBIT-Marge für Bewertungszwecke während des Detailplanungszeitraums bis hin zum nachhaltig erzielbaren Ergebnis getroffen:

	Umsatz	EBIT	EBIT-Marge	Detailplanungszeitraum (Jahre)
Real Deutschland	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	3
METRO Cash & Carry Frankreich	Solides Wachstum	Solides Wachstum	Unverändert	3
METRO Cash & Carry Niederlande	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	6
METRO Cash & Carry Polen	Deutliches Wachstum	Starkes Wachstum	Leichtes Wachstum	3
METRO Cash & Carry Deutschland	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	5
Media-Saturn Deutschland	Solides Wachstum	Solides Wachstum	Unverändert	3

Der Ermittlung der nachhaltig erzielbaren Ergebnisse liegen Annahmen zu verschiedenen Kosteneinsparungen zugrunde, und es wurden für das nachhaltig erzielbare Ergebnis marktübliche EBIT-Margen unterstellt; das EBIT-Wachstum ergibt sich mittelfristig aus dem derzeitigen Transformationsprozess, den verschiedene Einheiten durchlaufen.

Die vorgeschriebene jährliche Prüfung bestätigte zum 30. September 2013 die Werthaltigkeit aller aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte mit Ausnahme für METRO Cash & Carry Ungarn sowie METRO Cash & Carry Dänemark. Aufgrund der Geschäftsentwicklung in diesen beiden Ländern wurde für METRO Cash & Carry Dänemark eine Wertminderung auf den Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 16 Mio. € und für METRO Cash & Carry Ungarn in Höhe von 15 Mio. € 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 METRO Cash & Carry Deutschland, METRO Cash & Carry Niederlande, Real Deutschland und Redcoon Deutschland für keine der Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten eine Wertminderung resultieren. Bei der Werthaltigkeitsprüfung des Geschäfts- oder Firmenwerts von METRO Cash & Carry Deutschland überstieg der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten den Buchwert um 50 Mio. €, während es bei METRO Cash & Carry Niederlande 20 Mio. €, bei Real Deutschland 16 Mio. € sowie bei Redcoon 6 Mio. € waren. Bei einem Kapitalisierungszinssatz von 6,1 Prozent anstatt 5,8 Prozent oder einem pauschalen Abschlag von 6,4 Prozent auf das in der Perpetuität unterstellte EBIT würde bei METRO Cash & Carry Deutschland der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei METRO Cash & Carry Niederlande würde der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten bei einer um 0,2 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 6,1 Prozent anstatt 5,9 Prozent oder einem pauschalen Abschlag von 4,5 Prozent auf das in der Perpetuität unterstellte EBIT dem Buchwert entsprechen. Bei einem

Kapitalisierungszinssatz von 5,9 Prozent anstatt 5,8 Prozent oder einem pauschalen Abschlag von 1,2 Prozent auf das in der Perpetuität unterstellte EBIT würde bei Real Deutschland der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei Redcoon Deutschland würde bei einem Kapitalisierungszinssatz von 8,8 Prozent anstatt 8,5 Prozent oder einem pauschalen Abschlag von 4,4 Prozent auf das in der Perpetuität unterstellte EBIT der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen.

Mio. €	Geschäfts- oder Firmenwerte
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>	
Stand 1.1.2012	4.045
Währungsumrechnung	16
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	18
Abgänge <sup>1</sup>	-56
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2012/1.10.2012	4.022
Währungsumrechnung	1
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	-9
Abgänge <sup>1</sup>	-164
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	3.850
Währungsumrechnung	-2
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	17
Abgänge <sup>1</sup>	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2013	3.865
<b>Abschreibungen</b>	
Stand 1.1.2012	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge <sup>1</sup>	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2012/1.10.2012	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	70
Abgänge <sup>1</sup>	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	70
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	31
Abgänge <sup>1</sup>	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2013	101
Buchwert 1.1.2012	4.045
Buchwert 30.9.2012	4.022
Buchwert 31.12.2012	3.780
<b>Buchwert 30.9.2013</b>	<b>3.763</b>

## 19. Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Mio. €	Immaterielle Vermögenswerte ohne Geschäfts- oder Firmenwerte	(davon selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte)
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>		
Stand 1.1.2012	1.703	(936)
Währungsumrechnung	6	(1)
Zugänge Konsolidierungskreis	4	(4)
Zugänge	95	(67)
Abgänge <sup>1</sup>	-36	(-8)
Umbuchungen	1	(-1)
Stand 30.9.2012/1.10.2012	1.772	(1.000)
Währungsumrechnung	-1	(0)
Zugänge Konsolidierungskreis	0	(0)
Zugänge	42	(20)
Abgänge <sup>1</sup>	-72	(-48)
Umbuchungen	0	(0)
Stand 31.12.2012/1.1.2013	1.741	(971)
Währungsumrechnung	-6	(-2)
Zugänge Konsolidierungskreis	0	(0)
Zugänge	106	(67)
Abgänge	-56 <sup>1</sup>	(-25)
Umbuchungen	11	(-1)
Stand 30.9.2013	1.796	(1.012)
<b>Abschreibungen</b>		
Stand 1.1.2012	1.249	(711)
Währungsumrechnung	5	(0)
Zugänge, planmäßig	122	(78)
Zugänge, außerplanmäßig	5	(0)
Abgänge <sup>1</sup>	-23	(0)
Zuschreibungen	-3	(-3)
Umbuchungen	0	(0)
Stand 30.9.2012/1.10.2012	1.354	(787)
Währungsumrechnung	-1	(0)
Zugänge, planmäßig	42	(28)
Zugänge, außerplanmäßig	13	(8)
Abgänge <sup>1</sup>	-72	(-54)
Zuschreibungen	-3	(-3)
Umbuchungen	0	(0)
Stand 31.12.2012/1.1.2013	1.334	(765)
Währungsumrechnung	-5	(-1)
Zugänge, planmäßig	107	(69)
Zugänge, außerplanmäßig	5	(3)
Abgänge	-48 <sup>1</sup>	(-19)
Zuschreibungen	0	(0)
Umbuchungen	10	(0)
Stand 30.9.2013	1.403	(817)
Buchwert 1.1.2012	454	(225)
Buchwert 30.9.2012	418	(213)
Buchwert 31.12.2012	407	(206)
<b>Buchwert 30.9.2013</b>	<b>393</b>	<b>(194)</b>

<sup>1</sup> Enthalten Umgliederungen von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte weisen eine begrenzte wirtschaftliche Nutzungsdauer auf und werden daher planmäßig abgeschrieben. Die außerplanmäßigen Abschreibungen betreffen mit 3 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 8 Mio. €) selbst erstellte Software, mit 2 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 0 Mio. €) Miet- und Nutzungsrechte sowie mit 0 Mio. € (9M 2012: 5 Mio. €; 12M 2012: 10 Mio. €) erworbene Konzessionen, Rechte und Lizenzen.

Die Zugänge zu den Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit 3 Mio. € (9M 2012: 2 Mio. €; 12M 2012: 3 Mio. €) in den Umsatzkosten, mit 38 Mio. € (9M 2012: 44 Mio. €; 12M 2012: 58 Mio. €) in den Vertriebskosten und mit 72 Mio. € (9M 2012: 81 Mio. €; 12M 2012: 121 Mio. €) in den allgemeinen Verwaltungskosten ausgewiesen.

Die Abgänge enthalten Umgliederungen von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ in Höhe von 0 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 1 Mio. €).

Die als Aufwand erfassten Ausgaben für Forschung und Entwicklung betreffen im Wesentlichen selbst erstellte Software und betragen im laufenden Geschäftsjahr 32 Mio. € (9M 2012: 33 Mio. €; 12M 2012: 47 Mio. €).

Für immaterielle Vermögenswerte bestehen – wie im Vorjahr – keine Eigentums- oder Verfügungsbeschränkungen. Es wurden

Erwerbsverpflichtungen für immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 3 Mio. € (30.9.2012: 3 Mio. €; 31.12.2012: 2 Mio. €) eingegangen.

## 20. Sachanlagen

Zum 30. September 2013 wurden Sachanlagen in Höhe von 10.709 Mio. € (30.9.2012: 12.202 Mio. €; 31.12.2012: 11.324 Mio. €) bilanziert. Der Rückgang der Sachanlagen resultiert in Höhe von 235 Mio. € (9M 2012: +123 Mio. €; 12M 2012: +70 Mio. €) aus negativen Währungseffekten. Diese betreffen im laufenden Geschäftsjahr im Wesentlichen die Länder Russland, Türkei und Japan.

Des Weiteren wird die Investitionstätigkeit des laufenden Geschäftsjahres, die sich in den Zugängen und Zugängen zum Konsolidierungskreis widerspiegelt, durch die planmäßigen und außerplanmäßigen Abschreibungen überkompensiert. Dieser Effekt führt zu einer zusätzlichen Verringerung der Sachanlagen in Höhe von 224 Mio. € (9M 2012: –4 Mio. €; 12M 2012: +75 Mio. €).

Ebenfalls zu dem Rückgang beigetragen haben Abgänge von Sachanlagevermögen in Höhe von 162 Mio. € (9M 2012: 603 Mio. €; 12M 2012: 1.525 Mio. €). Diese beinhalten Umklassifizierungen von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ in Höhe von 100 Mio. € (9M 2012: 352 Mio. €; 12M 2012: 1.170 Mio. €).

Mio. €	Grundstücke und Bauten	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>				
Stand 1.1.2012	13.491	8.775	300	22.566
Währungsumrechnung	104	97	5	206
Zugänge Konsolidierungskreis	2	0	0	2
Zugänge	127	314	381	822
Abgänge <sup>1</sup>	-694	-663	-65	-1.422
Umbuchungen	84	187	-263	8
Stand 30.9./1.10.2012	13.112	8.710	359	22.182
Währungsumrechnung	-42	-28	-2	-72
Zugänge Konsolidierungskreis	43	0	0	44
Zugänge	72 <sup>2</sup>	207	132	411
Abgänge <sup>1</sup>	-1.033	-672	-36	-1.741
Umbuchungen	113	120	-234	-1
Stand 31.12.2012/1.1.2013	12.266	8.337	218	20.822
Währungsumrechnung	-204	-128	-9	-341
Zugänge Konsolidierungskreis	3	0	0	3
Zugänge <sup>2</sup>	128	286	221	635
Abgänge	-159 <sup>1</sup>	-277 <sup>1</sup>	-20	-456
Umbuchungen	124	85	-184	24
Stand 30.9.2013	12.157	8.304	226	20.687
<b>Abschreibungen</b>				
Stand 1.1.2012	4.364	5.535	6	9.905
Währungsumrechnung	26	57	0	83
Zugänge, planmäßig	337	469	0	806
Zugänge, außerplanmäßig	16	7	0	23
Abgänge	-295 <sup>1</sup>	-524 <sup>1</sup>	0	-819
Zuschreibungen	-2	0	0	-2
Umbuchungen	-80	63	2	-15
Stand 30.9./1.10.2012	4.364	5.606	9	9.979
Währungsumrechnung	-4	-15	0	-19
Zugänge, planmäßig	86	157	0	243
Zugänge, außerplanmäßig	30	86	9	126
Abgänge <sup>1</sup>	-315	-495	-9	-819
Zuschreibungen	-2	-4	0	-6
Umbuchungen	-14	7	0	-6
Stand 31.12.2012/1.1.2013	4.147	5.342	9	9.498
Währungsumrechnung	-41	-64	-1	-106
Zugänge, planmäßig	310 <sup>2</sup>	432 <sup>2</sup>	0	742
Zugänge, außerplanmäßig	84 <sup>2</sup>	32 <sup>2</sup>	1	117
Abgänge	-50 <sup>1</sup>	-240 <sup>1</sup>	-4	-294
Zuschreibungen	0	-6	0	-6
Umbuchungen	28	-2	1	27
Stand 30.9.2013	4.478	5.493	6	9.978
Buchwert 1.1.2012	9.127	3.240	294	12.661
Buchwert 30.9.2012	8.748	3.105	350	12.202
Buchwert 31.12.2012	8.119	2.995	210	11.324
<b>Buchwert 30.9.2013</b>	<b>7.679</b>	<b>2.810</b>	<b>220</b>	<b>10.709</b>

<sup>1</sup>Enthalten Umgliederungen von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“<sup>2</sup>Enthalten Umgliederungen von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die Sachanlagen

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen für Gegenstände des Sachanlagevermögens liegen in Höhe von 272 Mio. € (30.9.2012: 301 Mio. €; 31.12.2012: 288 Mio. €) vor.

Für Gegenstände des Sachanlagevermögens wurden Erwerbsverpflichtungen in Höhe von 125 Mio. € (30.9.2012: 311 Mio. €; 31.12.2012: 190 Mio. €) eingegangen. Diese entfallen mit 0 Mio. € (30.9.2012: 8 Mio. €; 31.12.2012: 1 Mio. €) auf das zur Veräußerung vorgesehene Real-Geschäft in Osteuropa.

Vermögenswerte, die dem Konzern im Rahmen eines Finanzierungs-Leasingverhältnisses zur Verfügung stehen, sind mit 976 Mio. € (30.9.2012: 1.275 Mio. €; 31.12.2012: 1.026 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 4,6 und 7,5 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
<b>Finanzierungs-Leasingverhältnisse 31.12.2012</b>			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	251	851	1.756
Abzinsungen	-15	-232	-924
Barwert	236	619	832
<b>Operating-Leasingverhältnisse 31.12.2012</b>			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.556	4.949	4.469

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
<b>Finanzierungs-Leasingverhältnisse 30.9.2012</b>			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	249	887	1.820
Abzinsungen	-15	-238	-957
Barwert	234	649	862
<b>Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2012</b>			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.501	4.725	4.226

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
<b>Finanzierungs-Leasingverhältnisse 30.9.2013</b>			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	232	737	1.449
Abzinsungen	-17	-164	-771
Barwert	215	573	678
<b>Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2013</b>			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.536	4.789	4.047

In den ausgewiesenen Barwerten der Verpflichtungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen zum 30. September 2013 sind zukünftige Zahlungen mit einer Fälligkeit bis zu einem Jahr in Höhe von 5 Mio. € (31.12.2012: 32 Mio. €), von einem Jahr bis fünf Jahren in Höhe von 17 Mio. € (31.12.2012: 56 Mio. €) und über fünf Jahren in Höhe von 49 Mio. € (31.12.2012: 184 Mio. €) aus dem zur Veräußerung vorgesehenen Real-Geschäft in Osteuropa enthalten.

In den ausgewiesenen Beträgen der zukünftig zu leistenden Leasingzahlungen (nominal) aus Operating-Leasingverhältnissen zum 30. September 2013 sind zukünftige Zahlungen mit einer Fälligkeit bis zu einem Jahr in Höhe von 80 Mio. € (31.12.2012: 97 Mio. €), von einem Jahr bis fünf Jahren in Höhe von 262 Mio. € (31.12.2012: 337 Mio. €) und über fünf Jahren in Höhe von 211 Mio. € (31.12.2012: 353 Mio. €) aus dem zur Veräußerung vorgesehenen Real-Geschäft in Osteuropa enthalten.

Die zukünftig zu leistenden Leasingzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen enthalten für die Ausübung günstiger Kaufoptionen erforderliche Kaufpreiszahlungen in Höhe von 42 Mio. € (30.9.2012: 42 Mio. €; 31.12.2012: 42 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Finanzierungs-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 178 Mio. € (30.9.2012: 178 Mio. €; 31.12.2012: 176 Mio. €).



Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Operating-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 921 Mio. € (30.9.2012: 959 Mio. €; 31.12.2012: 958 Mio. €). Von diesen Leasingzahlungen in Höhe von 921 Mio. € zum 30. September 2013 entfallen 36 Mio. € (31.12.2012: 43 Mio. €) auf das zur Veräußerung vorgesehene Real-Geschäft in Osteuropa.

Im Periodenergebnis sind geleistete Zahlungen aus Leasingverhältnissen in Höhe von 1.231 Mio. € (9M 2012: 1.187 Mio. €; 12M 2012: 1.584 Mio. €) und erhaltene Zahlungen aus Mietverhältnissen in Höhe von 279 Mio. € (9M 2012: 304 Mio. €; 12M 2012: 407 Mio. €) enthalten.

Die in der Periode als Aufwand erfassten bedingten Mietzahlungen aus den Finanzierungs-Leasingverhältnissen betragen 10 Mio. € (9M 2012: 7 Mio. €; 12M 2012: 9 Mio. €) und die aus den Operating-Leasingverhältnissen 46 Mio. € (9M 2012: 21 Mio. €; 12M 2012: 78 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
<b>Finanzierungs-Leasingverhältnisse 31.12.2012</b>			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	3	4	7
Abzinsungen	0	-1	-5
Barwert	3	3	2
<b>Operating-Leasingverhältnisse 31.12.2012</b>			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	33	107	109

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
<b>Finanzierungs-Leasingverhältnisse 30.9.2012</b>			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	3	4	7
Abzinsungen	0	-1	-5
Barwert	3	3	2
<b>Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2012</b>			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	33	105	111

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
<b>Finanzierungs-Leasingverhältnisse 30.9.2013</b>			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	1	3	7
Abzinsungen	0	-1	-4
Barwert	1	2	2
<b>Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2013</b>			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	16	47	51

Bei den bestehenden Finanzierungs-Leasingverhältnissen aus Sicht des Leasinggebers ist zu den nominalen Mindestleasingzahlungen in Höhe von 11 Mio. € (30.9.2012: 14 Mio. €; 31.12.2012: 14 Mio. €) der nicht garantierte Restwert hinzuzurechnen. Dieser beträgt im Geschäftsjahr 2 Mio. € (30.9.2012: 3 Mio. €; 31.12.2012: 3 Mio. €). Der sich daraus ergebende Bruttoinvestitionswert beträgt insofern 13 Mio. € (30.9.2012: 17 Mio. €; 31.12.2012: 17 Mio. €). Daneben besteht ein noch nicht realisierter Finanzertrag von 5 Mio. € (9M 2012: 6 Mio. €; 12M 2012: 6 Mio. €).

## 21. Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien werden mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet. Zum 30. September 2013 waren insgesamt 156 Mio. € (30.9.2012: 207 Mio. €; 31.12.2012: 199 Mio. €) bilanziert. Der Rückgang in Höhe von 43 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus dem Abgang eines von fremden Dritten genutzten Verwaltungsstandorts sowie einer Buchwertminderung vor dem Hintergrund der Anpassung eines Finanzierungs-Leasingvertrags. Darüber hinaus tragen außerplanmäßige Abschreibungen zu einer Reduzierung des Buchwerts der „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“ bei.

Die Summe der Fair Values dieser Immobilien beträgt 236 Mio. € (30.9.2012: 301 Mio. €; 31.12.2012: 313 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 Detailbetrachtungszeitraum 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.

Die Mieterträge aus diesen Immobilien betragen 24 Mio. € (9M 2012: 28 Mio. €; 12M 2012: 36 Mio. €) und die damit im Zusammenhang stehenden Aufwendungen belaufen sich auf 14 Mio. € (9M 2012: 16 Mio. €; 12M 2012: 21 Mio. €). Für Objekte ohne Mieteinnahmen sind Aufwendungen in Höhe von 0 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 1 Mio. €) entstanden.

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen liegen in Höhe von 25 Mio. € (30.9.2012: 29 Mio. €; 31.12.2012: 28 Mio. €) vor. Für die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien wurden wie im Vorjahr keine Erwerbsverpflichtungen eingegangen.

Mio. €	Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>	
Stand 1.1.2012	494
Währungsumrechnung	-1
Zugänge Konsolidierungskreis	7
Zugänge	5
Abgänge	0
Umbuchungen	1
Stand 30.9./1.10.2012	505
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	3
Abgänge <sup>1</sup>	-8
Umbuchungen	0
31.12.2012/1.1.2013	500
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	5
Abgänge <sup>1</sup>	-67
Umbuchungen	-32
Stand 30.9.2013	407
<b>Abschreibungen</b>	
Stand 1.1.2012	285
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	10
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	4
Stand 30.9./1.10.2012	299
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	3
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge <sup>1</sup>	-7
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	6
31.12.2012/1.1.2013	301
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	8
Zugänge, außerplanmäßig	8
Abgänge	-34
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	-32
Stand 30.9.2013	250
Buchwert 1.1.2012	209
Buchwert 30.9.2012	207
Buchwert 31.12.2012	199
<b>Buchwert 30.9.2013</b>	<b>156</b>

<sup>1</sup>Enthalten Umgliederungen von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“

## 22. Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

Mio. €	Ausleihungen	Beteiligungen	Wertpapiere	Gesamt
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>				
Stand 1.1.2012	77	11	1	89
Währungsumrechnung	1	1	0	2
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	9	184	0	193
Abgänge	-9	-1	0	-10
Umbuchungen	-6	-2	-1	-9
Stand 30.9./1.10.2012	71	194	1	266
Währungsumrechnung	0	-4	0	-4
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	8	9	0	17
Abgänge	-1	0	0	-1
Umbuchungen	-18	1	1	-16
Stand 31.12.2012/1.1.2013	60	200	2	261
Währungsumrechnung	-1	-4	0	-5
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	13	71	0	84
Abgänge	-6	0	0	-7
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 30.9.2013	65	267	2	333
<b>Abschreibungen</b>				
Stand 1.1.2012	12	1	0	13
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	1	0	0	1
Abgänge	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 30.9./1.10.2012	13	1	0	14
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	0	0	0
Abgänge	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	13	1	0	14
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	0	0	0
Abgänge	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	-1	0	0	-1
Stand 30.9.2013	13	1	0	14
Buchwert 1.1.2012	65	10	1	76
Buchwert 30.9.2012	58	193	1	252
Buchwert 31.12.2012	46	199	2	247
<b>Buchwert 30.9.2013</b>	<b>52</b>	<b>266</b>	<b>2</b>	<b>319</b>

Mio. €	Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>	
Stand 1.1.2012	3
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	55
Abgänge	-1
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2012	57
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	35
Abgänge	0
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	92
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	44
Abgänge	-4
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2013	132
<b>Abschreibungen</b>	
Stand 1.1.2012	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2012	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	1
Abgänge	0
Zuschreibungen	-1
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2013	0
Buchwert 1.1.2012	3
Buchwert 30.9.2012	57
Buchwert 31.12.2012	92
<b>Buchwert 30.9.2013</b>	<b>132</b>

Zusammenfassende Finanzinformationen zu den nach der Equity-Methode bilanzierten wesentlichen Beteiligungen enthält folgende Tabelle:

	Abschlussstichtag	Anteil in %	Gesamtvermögen Mio. €	Gesamt-schulden Mio. €	Nettovermögen Mio. €	Ergebnis Mio. €	Konzernanteil am Nettovermögen Mio. €	Buchwerte Mio. €	Konzernanteil am Ergebnis Mio. €
Habib METRO Pakistan (Pvt) Ltd (assoziiertes Unternehmen)	30.6.2013	40,00	64	3	61	6	24	45	2
OPCI FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP (assoziiertes Unternehmen)	30.6.2013	30,74	258	106	152	7	46	47	2
OPCI FRENCH WHOLESALE STORES – FWS (assoziiertes Unternehmen)	30.6.2013	25,00	240	94	146	7	36	38	2

### 23. Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte

Mio. €	31.12.2012			30.9.2012			30.9.2013		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Sonstige Steuererstattungsansprüche	269	269	0	417	417	0	368	368	0
Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten	380	97	283	425	151	274	430	154	276
Übrige andere Vermögenswerte <sup>1</sup>	93	81	12	129	115	14	78	66	12
<b>Sonstige andere Vermögenswerte</b>	<b>743</b>	<b>447</b>	<b>296</b>	<b>971</b>	<b>683</b>	<b>288</b>	<b>876</b>	<b>589</b>	<b>288</b>
Forderungen an Lieferanten	1.791	1.766	25	1.550	1.550	0	1.389	1.360	29
Übrige finanzielle Vermögenswerte	713	674	39	699	659	40	672	652	21
<b>Sonstige finanzielle Vermögenswerte</b>	<b>2.503</b>	<b>2.439</b>	<b>64</b>	<b>2.249</b>	<b>2.209</b>	<b>40</b>	<b>2.062</b>	<b>2.012</b>	<b>50</b>
<b>Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte</b>	<b>3.246</b>	<b>2.886</b>	<b>360</b>	<b>3.220</b>	<b>2.892</b>	<b>327</b>	<b>2.938</b>	<b>2.601</b>	<b>337</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die sonstigen Steuererstattungsansprüche beinhalten Umsatzsteuererstattungsansprüche in Höhe von 147 Mio. € (30.9.2012: 338 Mio. €; 31.12.2012: 191 Mio. €), noch nicht verrechenbare Vorsteuer in Höhe von 206 Mio. € (30.9.2012: 62 Mio. €; 31.12.2012: 63 Mio. €) und andere Steuererstattungsansprüche in Höhe von 16 Mio. € (30.9.2012: 16 Mio. €; 31.12.2012: 15 Mio. €).

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinsvorauszahlungen sowie übrige Abgrenzungen.

Die übrigen anderen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen in Höhe von 25 Mio. € (30.9.2012: 29 Mio. €; 31.12.2012: 25 Mio. €).

Die Forderungen an Lieferanten beinhalten die nachlaufenden Vergütungen von Lieferanten (zum Beispiel Boni und Werbekostenzuschüsse).

Die übrigen finanziellen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Forderungen gegen die METRO Unterstützungskasse e. V. in Höhe von 168 Mio. € (30.9.2012: 134 Mio. €;

31.12.2012: 144 Mio. €), den Forderungen aus Kreditkartengeschäften in Höhe von 116 Mio. € (30.9.2012: 213 Mio. €; 31.12.2012: 203 Mio. €), den Forderungen und sonstigen Vermögenswerten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 77 Mio. € (30.9.2012: 75 Mio. €; 31.12.2012: 69 Mio. €), den Forderungen aus dem Abgang des Real-Geschäfts in Osteuropa in Höhe von 48 Mio. € (30.9.2012: 0 Mio. €; 31.12.2012: 0 Mio. €), den Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften in Höhe von 30 Mio. € (30.9.2012: 24 Mio. €; 31.12.2012: 19 Mio. €) und Finanzierungsprovisionen in Höhe von 19 Mio. € (30.9.2012: 12 Mio. €; 31.12.2012: 22 Mio. €).

#### 24. Latente Steueransprüche/Latente Steuerschulden

Die aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen betragen 837 Mio. € und haben im Vergleich zum 31. Dezember 2012 um 77 Mio. € abgenommen; die adjustierten Wertansätze der Pensionsrückstellungen nach Berücksichtigung des überarbeiteten IAS 19 sind darin berücksichtigt. Bei den passiven latenten Steuern vermindert sich der Bilanzwert des Vorjahres um 32 Mio. € auf 127 Mio. €.

Die bilanzierten latenten Steuern betreffen folgende Bilanzposten:

Mio. €	31.12.2012		30.9.2013	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Geschäfts- oder Firmenwerte	190	161	177	176
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	76	64	97	68
Sachanlagen und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	194	660	152	616
Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	6	2	5	2
Vorräte	84	21	94	13
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	124	68	120	46
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen <sup>1</sup>	320	28	319	62
Sonstige Rückstellungen	82	4	94	5
Finanzschulden	452	5	404	5
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	135	72	136	57
Outside Basis Differences	0	9	0	0
Wertberichtigungen auf temporäre Differenzen	-67	0	-84	0
Verlustvorträge	253	0	246	0
Summe	1.849	1.094	1.760	1.050
Saldierung	-935	-935	-923	-923
<b>Bilanzwert der latenten Steuern</b>	<b>914</b>	<b>159</b>	<b>837</b>	<b>127</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

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 Dividendenbesteuerung von 5 Prozent. Ausschüttungen aus dem Ausland könnten darüber hinaus Quellensteuer auslösen. Zum 31. Dezember 2012 wurden für geplante Dividendenzahlungen 9 Mio. € passive latente Steuern aus Outside Basis Differences berücksichtigt. Zum Zeitpunkt der Berichtserstellung waren die beschlossenen Dividendenzahlungen in voller Höhe vereinnahmt. Aus

diesem Grund wurden keine passiven latenten Steuern in diesem Zusammenhang ausgewiesen. Aufgrund der Gliederungstiefe des METRO-Konzerns wäre die Ermittlung der zu versteuernden temporären Differenzen mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden.

Folgende Verlust- und Zinsvorträge sowie temporäre Differenzen wurden nicht mit latenten Steuern bewertet, da mit einer kurzfristigen Nutzung nicht zu rechnen ist:

Mio. €	31.12.2012	30.9.2013
Körperschaftsteuerliche Verluste	7.235	7.666
Gewerbesteuerliche Verluste	7.764	7.844
Zinsvorträge	76	132
Temporäre Differenzen	298	324

Die Verluste betreffen im Wesentlichen Deutschland. Sie sind unbegrenzt vortragsfähig.

Steuerliche Auswirkungen auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses

Mio. €	12M 2012			9M 2012			9M 2013		
	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	128	-4	124	164	0	164	-99	0	-99
davon Währungsumrechnungsdifferenzen aus Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	(25)	(-4)	(21)	(31)	(0)	(31)	(5)	(0)	(5)
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-34	5	-29	-33	0	-33	6	-1	5
Gewinne/Verluste aus der Neubewertung von Finanzinstrumenten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	3	1	4	0	0	0	65	0	65
Latente Steuern auf Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-427	121	-306	-383	112	-271	10	-3	7
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Restliche Ertragsteuer auf das Sonstige Ergebnis	0	10	10	0	0	0	0	-9	-9
	<b>-330</b>	<b>133</b>	<b>-197</b>	<b>-252</b>	<b>112</b>	<b>-140</b>	<b>-18</b>	<b>-13</b>	<b>-31</b>

**25. Vorräte**

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Handelswaren Lebensmittel	1.972	2.095	1.953
Handelswaren Nicht-Lebensmittel	4.854	4.504	3.903
	<b>6.826</b>	<b>6.599</b>	<b>5.856</b>

Die Vorräte verteilen sich auf die Vertriebslinien wie folgt:

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
METRO Cash & Carry	2.373	2.483	2.254
Media-Saturn	2.997	2.383	2.148
Real	682	888	622
Galeria Kaufhof	472	517	515
Sonstige	302	328	316
	<b>6.826</b>	<b>6.599</b>	<b>5.856</b>

Der Rückgang der Vorräte im Rumpfgeschäftsjahr um 970 Mio. € ist im Wesentlichen bedingt durch den starken Bestandsabbau der Vertriebslinie Media-Saturn (850 Mio. €). Hauptursache hierfür sind saisonbedingt hohe Lagerbestände zum 31. Dezember 2012, die im Folgequartal deutlich reduziert wurden.

Im Vergleich zum 30. September 2012 verminderte sich das Vorratsvermögen um 743 Mio. €. Wesentliche Faktoren hierfür sind bestandsoptimierende Maßnahmen der Vertriebslinien Media-Saturn (235 Mio. €) und METRO Cash & Carry (229 Mio. €) sowie die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa (227 Mio. €).

Im Vorratsvermögen sind Wertberichtigungen in Höhe von 267 Mio. € (30.9.2012: 260 Mio. €; 31.12.2012: 283 Mio. €) enthalten.

**26. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen**

Von den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 547 Mio. € (30.9.2012: 532 Mio. €; 31.12.2012: 568 Mio. €) weisen 15 Mio. € (30.9.2012: 1 Mio. €; 31.12.2012: 1 Mio. €) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr auf.

Der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ist unter anderem auf eine veränderte Tageskonstellation zum Jahresende sowie Wertberichtigungen im Rahmen der Insolvenz von Praktiker zurückzuführen.

Der Anstieg der langfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultiert aus einer Vertragsveränderung mit einem Mobilfunkanbieter der Vertriebslinie Media-Saturn in Deutschland.

**27. Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente**

Die Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, lauten wie folgt:

Mio. €	Kategorie „Kredite und Forderungen“	Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“
Stand 1.1.2012	148	0
Währungsumrechnung	1	0
Zugänge	73	0
Auflösung	-37	0
Inanspruchnahme	-23	0
Umbuchungen	0	0
Stand 30.9./1.10.2012	162	0
Währungsumrechnung	0	0
Zugänge	29	0
Auflösung	-11	0
Inanspruchnahme	-13	0
Umbuchungen	-5	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	161	0
Währungsumrechnung	-3	0
Zugänge	87	0
Auflösung	-31	0
Inanspruchnahme	-27	0
Umbuchungen	0	0
<b>Stand 30.9.2013</b>	<b>189</b>	<b>0</b>

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 55 Mio. € (9M 2012: 35 Mio. €; 12M 2012: 53 Mio. €) vor. Hierin enthalten sind auch Erträge aus dem Erhalt von Zahlungsmitteln aus bereits wegen erwarteter Uneinbringlichkeit ausgebuchten Forderungen in Höhe von 1 Mio. € (9M 2012: 1 Mio. €; 12M 2012: 1 Mio. €). Im laufenden Geschäftsjahr sind Umklassifizierungen von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ in Höhe von 0 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 5 Mio. €) enthalten.

Für die Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“ liegen wie im Vorjahr keine Ergebniseinflüsse vor.

Darüber hinaus liegen negative Ergebniseinflüsse aus Wertberichtigungen von Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17) in Höhe von 4 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 0 Mio. €) vor.

Wertminderungen auf aktivierte Finanzinstrumente werden grundsätzlich mit einem Wertberichtigungskonto vorgenommen und reduzieren den Buchwert der finanziellen Vermögenswerte.

**28. Fälligkeiten und Wertberichtigungen aktivierter Finanzinstrumente**

Die aktivierten Finanzinstrumente weisen zum Bilanzstichtag folgende Fälligkeiten und Wertberichtigungen auf:

Mio. €	Gesamter Buchwert 31.12.2012	davon nicht überfällig, nicht einzelwertberichtigt	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
<b>Aktiva</b>							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	3.117	2.533	122	8	2	1	1
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	3	3	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	10	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	200	1	0	0	0	0	0
	<b>3.330</b>	<b>2.537</b>	<b>122</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Mio. €	Gesamter Buchwert 30.9.2012	davon nicht überfällig, nicht einzelwertberichtigt	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
<b>Aktiva</b>							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	2.849	2.312	124	6	1	1	2
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	10	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	214	22	0	0	0	0	0
	<b>3.073</b>	<b>2.334</b>	<b>124</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

Mio. €	Gesamter Buchwert 30.9.2013	davon nicht überfällig, nicht einzelwertberichtigt	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
<b>Aktiva</b>							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	2.647	2.241	101	5	1	0	1
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	18	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	267	1	0	0	0	0	0
	<b>2.932</b>	<b>2.243</b>	<b>101</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

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 einzelwertberechtigten aktivierten Finanzinstrumente liegen keine Anhaltspunkte aus der Kreditwürdigkeit des Schuldners (Kreditqualität) vor, die zu einer Wertberichtigung führen würden.

### 29. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Schecks und Kassenbestand	141	142	109
Guthaben bei Kreditinstituten und unterwegs befindliche Gelder	5.158	1.933	2.455
	<b>5.299</b>	<b>2.075</b>	<b>2.564</b>

Im Einzelnen wird auf die Kapitalflussrechnung sowie auf Nummer 41 „Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung“ verwiesen.

### 30. Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte/ Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten

#### Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa

Mit Vertrag vom 30. November 2012 trafen die METRO GROUP und das französische Handelsunternehmen Groupe Auchan die Vereinbarung, das Real-Geschäft in Osteuropa an Groupe Auchan zu veräußern. Das Real-Geschäft in Osteuropa umfasste zu diesem Zeitpunkt 91 Real SB-Warenhäuser in Polen, Russland, Rumänien und der Ukraine inklusive des Immobilien-eigentums an 14 dieser Standorte. Die Veräußerung stand am 31. Dezember 2012 noch unter dem Vorbehalt verschiedener aufschiebender Bedingungen, wie zum Beispiel der Zustimmung der zuständigen Wettbewerbsbehörden in den jeweiligen Ländern. Bis zum Zeitpunkt der Erfüllung der jeweiligen landesspezifischen aufschiebenden Bedingungen verbleibt das Real-Geschäft in Osteuropa Bestandteil der METRO GROUP und trägt bis dahin zum Konzernergebnis bei. Seit Inkrafttreten der Vereinbarung zwischen der METRO GROUP und Groupe Auchan werden alle Vermögenswerte und Schulden, die Bestandteil der Vereinbarung sind, als eine Veräußerungsgruppe im Sinne des IFRS 5 behandelt. Nach Konsolidierung aller konzern-internen Vermögenswerte und Schulden erfolgt ihr Ausweis demnach in der Konzernbilanz seit dem 31. Dezember 2012 unter der Position „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ beziehungsweise unter der Position „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“. Bei Erfüllung der jeweiligen landesspezifischen Bedingungen reduzieren sich diese beiden Positionen im Rahmen der

Entkonsolidierung der betroffenen Landesorganisation entsprechend den Abgangswerten im Rahmen der Entkonsolidierung.

Im Nachgang der im ersten Quartal 2013 erfolgten Zustimmung der ukrainischen Wettbewerbsbehörden wurde die Entkonsolidierung des Real-Geschäfts in der Ukraine erstmals im Quartalsbericht zum 31. März 2013 abgebildet. Die letzte aufschiebende Bedingung im Zusammenhang mit dem Real-Geschäft in Russland wurde zu Beginn des zweiten Quartals 2013 erfüllt. Entsprechend wurde die Auswirkung der Entkonsolidierung des Real-Geschäfts in Russland erstmals im Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2013 dargestellt. Im Verlauf des dritten Quartals 2013 wurden schließlich auch die letzten Voraussetzungen zur Veräußerung des rumänischen Real-Geschäfts erfüllt, sodass dessen Entkonsolidierung im Konzernabschluss zum Rumpfgeschäftsjahr per 30. September 2013 vorgenommen werden konnte.

Durch den Abgang des Real-Geschäfts in der Ukraine, in Russland und in Rumänien reduzierten sich die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ seit dem 31. Dezember 2012 um 795 Mio. €. Die „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ sanken vor diesem Hintergrund um 430 Mio. €. Die im Zusammenhang mit den Entkonsolidierungen im Rumpfgeschäftsjahr 2013 abgegangenen zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte und Schulden setzen sich aus folgenden Positionen zusammen:

Mio. €	9M 2013
<b>Vermögenswerte</b>	
Geschäfts- oder Firmenwerte	18
Sachanlagen	539
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (langfristig)	2
Vorräte	128
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	53
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	49
	<b>795</b>
<b>Schulden</b>	
Finanzschulden (langfristig)	147
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	239
Rückstellungen (kurzfristig)	5
Finanzschulden (kurzfristig)	4
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	32
Ertragsteuerschulden	3
	<b>430</b>

Insgesamt verminderten sich die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ durch die Entkonsolidierung des ukrainischen, russischen und rumänischen Real-Geschäfts sowie durch die Fortführung des operativen Real-Geschäfts in Polen somit auf 174 Mio. €. Die „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögensgegenständen“ sanken in diesem Zusammenhang auf 264 Mio. €. Nach Konsolidierung aller konzerninternen Vermögenswerte und Schulden beinhaltet die verbleibende Veräußerungsgruppe in Polen die folgenden Einzelpositionen:

Mio. €	30.9.2013
<b>Vermögenswerte</b>	
Sachanlagen	15
Vorräte	114
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	36
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7
	<b>174</b>
<b>Schulden</b>	
Finanzschulden (langfristig)	69
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (langfristig)	19
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	130
Rückstellungen (kurzfristig)	15
Finanzschulden (kurzfristig)	6
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	25
	<b>264</b>

Die zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte und Schulden des Real-Geschäfts in Polen tragen im Segment Real mit 168 Mio. € zum Segmentvermögen und mit 212 Mio. € zu den Segmentschulden bei. Im Segment Immobilien haben sie keine Auswirkungen. Für das Segment Konsolidierung ergeben sich Auswirkungen auf das Segmentvermögen von -7 Mio. € sowie auf die Segmentschulden von -24 Mio. €.

Im Zusammenhang mit der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa sollen außer an die Groupe Auchan weitere Vermögenswerte an diverse andere Erwerber veräußert werden. Diese Vermögenswerte werden mit 13 Mio. € in den „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ ausgewiesen und tragen im Segment Immobilien in selber Höhe zum Segmentvermögen bei. Am Segmentvermögen des Segments Real haben sie keinen Anteil. „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ bestehen hinsichtlich dieser weiteren Vermögenswerte nicht.

Die METRO GROUP geht davon aus, dass das derzeit verbleibende Real-Geschäft in Polen kurzfristig veräußert wird.

Das aus der Entkonsolidierung des Real-Geschäfts in der Ukraine, in Russland und Rumänien sowie aus hiermit im Zusammenhang stehenden Bewertungseffekten entstandene EBIT-wirksame Ergebnis beträgt 162 Mio. €. Es wird im Wesentlichen mit 192 Mio. € unter den sonstigen betrieblichen Erträgen und mit 34 Mio. € unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen. Es entfällt mit 119 Mio. € auf das Segment Real sowie mit 43 Mio. € auf das Segment Immobilien.

### Veräußerung französischer Immobilien

Im August 2013 veräußerte die METRO GROUP 75,00 Prozent ihrer bis dahin 100-prozentigen Tochtergesellschaft OPCI FRENCH WHOLESALE STORES – FWS (OPCI) an die luxemburgische Hexagon Real Estate Investments S.à.r.l. Der Eigentumsübergang fand am 29. August 2013 statt. Seit diesem Zeitpunkt werden die verbleibenden 25,00 Prozent der Anteile an OPCI im Konzernabschluss der METRO GROUP als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode bilanziert.

Aus dem Abgang von OPCI erzielte die METRO GROUP einen EBIT-wirksamen Ertrag von 134 Mio. €, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen wird. Hierin enthalten ist ein Ertrag aus der Aufwertung der nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligung von 1 Mio. €.

Aus der Folgebewertung der nach der Equity-Methode bilanzierten Anteile zum 30. September 2013 entstand ein Ertrag von 0,1 Mio. €, der im Finanzergebnis ausgewiesen wird.

Zum Zeitpunkt des Abgangs führte die Veräußerung von OPCI nach Konsolidierung aller konzerninternen Sachverhalte zu einer Abnahme der „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ in Höhe von 114 Mio. €. „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ bestanden nicht.

Die im Rahmen der Transaktion abgegangenen Vermögenswerte reduzierten im Segment Immobilien das Segmentvermögen um 114 Mio. €. Das Segmentvermögen des Segments METRO Cash & Carry erhöhte sich vor dem Hintergrund der Aktivierung eines Finanzierungs-Leasingverhältnisses um 2 Mio. €.

Im Rahmen der Veräußerung von OPCI verließen insgesamt 43 französische Standorte des Segments METRO Cash & Carry

die METRO GROUP, wovon ein Standort im Zusammenhang mit einer Sale-and-Leaseback-Transaktion als Finanzierungs-Leasingverhältnis klassifiziert und erneut im Sachanlagevermögen der METRO GROUP bilanziert wird.

Insgesamt sank der Buchwert der „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ durch die Veräußerung von Immobilien sowie durch Währungseffekte um 241 Mio. €. Die Absicht, weitere Immobilien im Verlauf eines Jahres zu veräußern sowie die renovierungsbedingte Nachaktivierung bei bereits in den „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ bilanzierten Immobilien erhöhen die Bilanzposition um 131 Mio. €.

Die METRO GROUP hat die Erwartung, dass die als „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ bilanzierten Immobilien im Verlauf des Geschäftsjahres 2013/14 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 Immobilien mit einem Wert von 105 Mio. € ausgewiesen.

### 31. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital hat sich hinsichtlich Höhe und Zusammensetzung nach Stamm- und Vorzugsaktien gegenüber dem Stand am 30. September 2012 und dem Stand am 31. Dezember 2012 nicht verändert und beträgt 835.419.052,27 €. Es ist wie folgt eingeteilt:

Inhaberstückaktien, anteiliger Wert je Aktie am Grundkapital rund 2,56 €		31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Stammaktien	Stück	324.109.563	324.109.563	<b>324.109.563</b>
	€	828.572.941	828.572.941	<b>828.572.941</b>
Vorzugsaktien	Stück	2.677.966	2.677.966	<b>2.677.966</b>
	€	6.846.111	6.846.111	<b>6.846.111</b>
<b>Grundkapital gesamt</b>	<b>Stück</b>	<b>326.787.529</b>	<b>326.787.529</b>	<b>326.787.529</b>
	<b>€</b>	<b>835.419.052</b>	<b>835.419.052</b>	<b>835.419.052</b>

Jede Stammaktie gewährt eine Stimme. Stammaktien berechnen 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 5. Mai 2010 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 Ermächtigung des Vorstands, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 4. Mai 2015 einmalig oder mehrmals auf den

Inhaber lautende Options- oder Wandelschuldverschreibungen (zusammen „Schuldverschreibungen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.500.000.000 € zu begeben und den Inhabern Options- beziehungsweise Wandlungsrechte auf bis zu 50.000.000 Stück neue Stammaktien der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Schuldverschreibungen zu gewähren oder aufzuerlegen, entsprechende Options- oder Wandelpflichten zu begründen oder das Recht der Gesellschaft vorzusehen, statt einer Rückzahlung der Schuldverschreibungen in bar ganz oder teilweise Stammaktien der Gesellschaft zu liefern. Es wurden bisher keine Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen aufgrund der vorgenannten Ermächtigung begeben.

### Erwerb eigener Aktien

Die Hauptversammlung vom 5. Mai 2010 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 4. Mai 2015 eigene Aktien, gleich welcher Gattung, bis zu insgesamt 10 vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben. 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 sind unter Kapitel 10 „Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands“ des zusammengefassten Lageberichts enthalten.

### Kapitalrücklage<sup>1</sup>

Die Kapitalrücklage beträgt 2.551 Mio. € (30.9.2012: 2.544 Mio. €; 31.12.2012: 2.544 Mio. €).

<sup>1</sup> Geänderter Ausweis (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

### Gewinnrücklagen

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Effektiver Teil der Gewinne/ Verluste aus Cashflow Hedges	55	56	61
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	5	2	70
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche <sup>1</sup>	-316	-278	-407
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-621	-580	-611
Auf Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“ entfallende Ertragsteuer <sup>1</sup>	187	166	174
Übrige Gewinnrücklagen <sup>1</sup>	2.904	2.873	2.506
	<b>2.214</b>	<b>2.239</b>	<b>1.793</b>

<sup>1</sup> Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Die Veränderungen der Rücklagen für den effektiven Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges von 6 Mio. € (9M 2012: -33 Mio. €; 12M 2012: -34 Mio. €), den Bewertungseffekten auf zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten von 65 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 3 Mio. €) sowie für die Ertragsteuer auf das „Sonstige Ergebnis“ in Höhe von -13 Mio. € (9M 2012: 112 Mio. €; 12M 2012: 133 Mio. €) setzen sich aus folgenden Komponenten zusammen:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Ausbuchung von Cashflow Hedges	19	-21	-8
davon im Vorratsvermögen	(24)	(-29)	(-11)
davon im Finanzergebnis	(-5)	(8)	(3)
Erst- bzw. Folgebewertung derivativer Finanzinstrumente	-53	-12	14
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	3	0	65
	<b>-31</b>	<b>-33</b>	<b>71</b>
Darauf saldierte latente Steuerauswirkung	133	112	-13
	<b>102</b>	<b>79</b>	<b>58</b>

Daneben haben Währungsumrechnungsdifferenzen mit -91 Mio. € das Eigenkapital gemindert. (30.9.2012: 160 Mio. €; 31.12.2012: 122 Mio. €, jeweils eigenkapitalerhöhend). Die

währungsbedingte Eigenkapitalminderung stammt im Wesentlichen aus den Ländern Russland, Indien, Türkei, Polen, und Tschechische Republik, dagegen resultieren währungsbedingte Eigenkapitalerhöhungen hauptsächlich aus den Ländern Rumänien und Kasachstan.

Die übrigen Gewinnrücklagen verringerten sich um 398 Mio. € auf 2.506 Mio. €. Im Wesentlichen wird dieser Rückgang durch den Jahresfehlbetrag von 71 Mio. € und durch die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2012 von 327 Mio. € beeinflusst.

#### **Anteile nicht beherrschender Gesellschafter**

Die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter umfassen die Anteile Dritter am Eigenkapital der konsolidierten Tochterunternehmen. Sie betragen zum Jahresende 27 Mio. € (30.9.2012: 31 Mio. €; 31.12.2012: 73 Mio. €). Der Rückgang um 46 Mio. € setzt sich im Wesentlichen zusammen aus dem Anteil am Gesamtergebnis, der den nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnen ist (0 Mio. €), abzüglich von Dividenden (–51 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 2012 ausgewiesenen Bilanzgewinn von 349 Mio. € wurden im Geschäftsjahr 2013 gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 8. Mai 2013 Dividenden in Höhe von 1,00 € je Stammaktie und 1,06 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 327 Mio. €, ausgeschüttet. Der Restbetrag wurde als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorgetragen.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, den ausgewiesenen Bilanzgewinn von 137 Mio. € in voller Höhe in die anderen Gewinnrücklagen einzustellen.

### **32. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen**

Die **Rückstellungen für Pensionen** werden nach den Regelungen des IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) bilanziert. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wurde erstmals der IAS 19 nach einer umfassenden Änderung durch das IASB angewandt (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“).

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; daneben werden dienstzeitbezogene Versorgungsleistungen 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-Komponente und eine Arbeitgeber-Matching-Komponente enthalten. Die Beiträge werden an eine Rückdeckungsversicherung gezahlt, aus der im Versorgungsfall die fällige Leistung gewährt wird. Nicht durch die Rückdeckungsversicherung gedeckte Ansprüche sind in den Rückstellungen enthalten.

Darüber hinaus bestehen verschiedene für den Neuzugang geschlossene Versorgungswerke, die in der Regel lebenslange Renten ab dem gesetzlichen Renteneintrittsalter 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 Altzusagen werden zum Teil durch in Unterstützungskassen gehaltenes Vermögen gedeckt. Die Gremien der Unterstützungskassen setzen sich sowohl aus Arbeitgeber- als auch 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 Unterstüt-

zungskasse erbracht werden können, hat der Arbeitgeber die Leistungen direkt zu erbringen (Subsidiärhaftung).

**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 Arbeitgeber- und Arbeitnehmer vertreten sind. Der Vorstand des Fonds ist für die Vermögensanlage verantwortlich. Zu diesem Zweck besteht ein 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 diese 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, weil der Fonds nicht die erforderlichen Informationen liefert, um ihn als leistungsorientierten Plan abzubilden. Es handelt sich hierbei um den „Bedrijfspensioenfonds voor de Detailhandel“ (Einzelhandelspensionsfonds).

**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 aufgrund gesetzlicher Vorschriften um Inflationseffekte anzupassen. Die Verpflichtungen werden durch Vermögen gedeckt, welches von einem Corporate Trustee verwaltet und angelegt wird. 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 Abfertigungsleistungen im Falle der Arbeitslosigkeit nach Vollendung des 58. Lebensjahres gezahlt. Die Finanzierung der Leistungen erfolgt grundsätzlich über Gruppenversicherungsverträge, die belgischem Aufsichtsrecht unterliegen.

Weitere Altersvorsorgepläne sind bei Einzelbetrachtung unwesentlich und werden als Summe unter „Übrige Länder“ ausgewiesen.

Einen Überblick über die prozentuale Aufteilung des Anwartschaftsbarwerts auf Länder der METRO GROUP mit wesentlichen Verpflichtungen bietet die nachfolgende Tabelle:

%	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Deutschland	67	68	67
Niederlande	15	14	15
Vereinigtes Königreich	7	7	7
Belgien	3	3	3
Übrige Länder	8	8	8
	100	100	100

Das Planvermögen der METRO GROUP ist prozentual auf folgende Länder aufgeteilt:

%	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Deutschland	38	38	36
Niederlande	34	34	36
Vereinigtes Königreich	14	14	15
Belgien	6	6	5
Schweiz	8	8	8
	100	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 Lands.

Die folgenden durchschnittlichen Annahmen wurden für die wesentlichen Parameter versicherungsmathematischer Bewertung herangezogen:

%	31.12.2012					30.9.2012					30.9.2013				
	Deutsch-land	Nieder-lande	Ver-einigtes König-reich	Belgien	Übrige Länder	Deutsch-land	Nieder-lande	Ver-einigtes König-reich	Belgien	Übrige Länder	Deutsch-land	Nieder-lande	Ver-einigtes König-reich	Belgien	Übrige Länder
Rechnungszins	3,35	3,60	4,50	3,35	3,07	3,40	3,70	4,50	3,40	3,07	<b>3,35</b>	<b>3,75</b>	<b>4,50</b>	<b>3,35</b>	<b>3,27</b>
Inflationsrate	2,00	2,00	1,90	2,00	1,94	2,00	2,00	2,20	2,00	1,94	<b>2,00</b>	<b>2,00</b>	<b>2,60</b>	<b>2,00</b>	<b>2,03</b>

Die METRO GROUP hat wie in den Vorjahren zur Bestimmung des Rechnungszinses auf allgemein anerkannte Verfahren zurückgegriffen. Diese werden auf Basis der Rendite von Unternehmensanleihen hoher Bonität am Bilanzierungstichtag unter Berücksichtigung der Währung und der Laufzeit der zugrunde liegenden Verpflichtungen den jeweils anzuwendenden Rechnungszins ermitteln. Der Rechnungszins für die Eurozone und das Vereinigte Königreich basiert auf den Ergebnissen einer vom Konzernaktuar einheitlich verwendeten Methode, die auf die Marktdaten zum 31. August 2013 angewandt wurde. Für die Zinsfestsetzung wurde die Duration der Verpflichtungen auf Basis der Ergebnisse zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2012 berücksichtigt. 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.

Die Höhe der sonstigen nicht wesentlichen bei der Bewertung der Pensionsverpflichtungen verwendeten Parameter entspricht den langfristigen Erwartungen der METRO GROUP. 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.

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. Diese wurden wie in den Vorjahren, basierend auf Untersuchungen des Konzernaktuars, um aktuelle Entwicklungen der Sterblichkeitsraten modifiziert. 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 angemessener Weise für möglich gehalten werden, was einem Konfidenzintervall von 75 Prozent entspricht. Der Betrachtungshorizont für mögliche Parameteränderungen umfasst den Zeitraum bis zum nächsten Abschlussstichtag am 30. September 2014. 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:

Mio. €		30.9.2013				
		Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder
Rechnungszins	Anstieg um 100 Basispunkte	-178,30	-64,80	-27,30	-4,00	-17,90
	Rückgang um 100 Basispunkte	221,00	87,50	35,90	4,40	20,70
Inflationsrate	Anstieg um 25 Basispunkte	41,90	14,60	4,40	-	-
	Rückgang um 25 Basispunkte	-40,30	-13,70	-4,90	-	-

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 Kapitalbeziehungsweise 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 einen operativen Cashflow der METRO GROUP gesichert.

Der Fair Value des Planvermögens verteilt sich prozentual wie folgt auf die einzelnen Vermögenswertkategorien:

	31.12.2012		30.9.2012		30.9.2013	
	%	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €
Festverzinsliche Wertpapiere	49	508	49	507	47	481
Aktien, Fonds	25	257	25	245	27	264
Immobilien	13	137	13	137	13	137
Sonstige Vermögenswerte	13	127	13	135	13	137
	100	1.029	100	1.024	100	1.019

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. Von diesen Werten werden 137 Mio. € (30.9.2012: 137 Mio. €; 31.12.2012: 137 Mio. €) 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 32 Mio. € (9M 2012: 74 Mio. €; 12M 2012: 90 Mio. €).

Für das Geschäftsjahr 2013/2014 werden Arbeitgeberzahlungen an externe Versorgungsträger in Höhe von ungefähr 23 Mio. € und Arbeitnehmerbeiträge von ungefähr 6 Mio. € in das Planvermögen erwartet, wobei der Großteil dieser Beiträge auf Beitragszahlungen in den Niederlanden entfällt. Die erwarteten Beiträge aus den Entgeltumwandlungszusagen in Deutschland können nur schwer prognostiziert werden und sind daher in den erwarteten Zahlbeträgen nicht enthalten.



Die Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts ergeben sich wie folgt:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
<b>Anwartschaftsbarwert</b>			
Stand 1.1.	2.003	2.003	<b>2.467</b>
Zinsaufwand	100	75	<b>62</b>
Dienstzeitaufwand (inkl. Mitarbeiterbeiträgen)	38	28	<b>33</b>
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand (inkl. Plankürzungen und -abgeltungen)	-12	0	<b>-1</b>
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-128	-96	<b>-96</b>
Zahlungen für Abgeltungen	0	0	<b>-7</b>
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus demografischen Annahmen (-/+)	3	0	<b>0</b>
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus finanziellen Annahmen (-/+)	462	414	<b>7</b>
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus erfahrungsbedingten Anpassungen (-/+)	2	0	<b>-16</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	-5	-5	<b>0</b>
Währungseffekte	4	8	<b>-7</b>
<b>Stand Periodenende</b>	<b>2.467</b>	<b>2.427</b>	<b>2.442</b>

Die gewichtete durchschnittliche Laufzeit der leistungsorientierten Verpflichtung für die Länder mit wesentlichen Pensionsverpflichtungen beträgt:

in Jahren	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Deutschland	13	13	<b>13</b>
Niederlande	21	21	<b>21</b>
Belgien	6	6	<b>6</b>
Vereinigtes Königreich	19	19	<b>19</b>
Übrige Länder	11	11	<b>11</b>

Der Anwartschaftsbarwert der leistungsorientierten Pensionsverpflichtung verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Gruppen von Versorgungsberechtigten:

%	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Aktive Anwärter	31	31	<b>30</b>
Ausgeschiedene Anwärter	14	14	<b>15</b>
Pensionäre	55	55	<b>55</b>

Die Entwicklung des beizulegenden Zeitwerts des Planvermögens stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
<b>Veränderungen des Planvermögens</b>			
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum 1.1.	977	977	<b>1.029</b>
Zinsertrag	49	37	<b>26</b>
Ertrag/Verlust aus Planvermögen unter Ausschluss des im Zinsertrag aufgeführten Betrags (+/-)	41	37	<b>6</b>
Zahlungen für Abgeltungen	0	0	<b>-7</b>
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-78	-59	<b>-58</b>
Arbeitgeberbeiträge	27	21	<b>19</b>
Beiträge der Teilnehmer des Plans	14	11	<b>8</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	-5	-5	<b>0</b>
Währungseffekte	4	5	<b>-4</b>
<b>Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum Periodenende</b>	<b>1.029</b>	<b>1.024</b>	<b>1.019</b>

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
<b>Finanzierungsstand</b>			
Anwartschaftsbarwert	2.467	2.427	<b>2.442</b>
Fair Value des Planvermögens	-1.029	-1.024	<b>-1.019</b>
Nach lokalen Kriterien bewertete Verpflichtungen	1	1	<b>1</b>
Vermögenswertanpassung (Obergrenze für den Vermögenswert)	0	0	<b>4</b>
<b>Nettoschuld/-vermögenswert</b>	<b>1.439</b>	<b>1.404</b>	<b>1.428</b>
Bilanzierte Vermögenswerte nach IAS 19.64	3	5	<b>4</b>
<b>Rückstellung für betriebliche Altersversorgung zum Periodenende</b>	<b>1.442</b>	<b>1.409</b>	<b>1.432</b>

Bei einer Gesellschaft in der Schweiz 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 Null reduziert. Die Änderung des Effekts der Vermögensobergrenze in Höhe von rund 4 Mio. € wurde als Aufwand im Sonstigen Ergebnis erfasst. Des Weiteren besteht in Belgien bei einem leistungsorientierten Plan eine Überdeckung. Eine Vermögenswertanpassung ist hier nicht notwendig.

Die Pensionsaufwendungen aus unmittelbaren und mittelbaren Zusagen der betrieblichen Altersversorgung setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Laufender Dienstzeitaufwand <sup>1</sup>	24	17	25
Zinsaufwendungen	51	38	36
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand (inkl. Plankürzungen)	-12	0	-1
Planabgeltungen	0	0	0
<b>Personalaufwendungen</b>	<b>63</b>	<b>55</b>	<b>60</b>

<sup>1</sup> 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 40 Mio. € (9M 2012: 39 Mio. €; 12M 2012: 53 Mio. €) berücksichtigt.

Bei Media-Saturn in den Niederlanden liegt ein Versorgungsplan vor, der gemäß den Vorschriften des IAS 19.148 als Multi-Employer-Plan klassifiziert ist. 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 30.000 Unternehmen im Einzelhandel nehmen an dem Plan teil, wobei Beiträge für insgesamt mehr als

240.000 Mitarbeiter von allen Unternehmen erhoben werden. Media-Saturn Niederlande leistet zurzeit für 5.333 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 12.415 € einen Teil der Beiträge übernimmt und für Gehälter über 50.064 € keine Beiträge mehr zu leisten sind. Im Geschäftsjahr 2013/2014 werden Beiträge in Höhe von rund 6 Mio. € an den „Bedrijfspensioenfonds voor de Detailhandel“ Fonds erwartet. Im September 2013 lag der Deckungsgrad bei 107 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 76 Mio. € (30.9.2012: 73 Mio. €; 31.12.2012: 76 Mio. €) gebildet. Die Verpflichtungen werden auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten bewertet. Die hierfür herangezogenen Bewertungsparameter sind grundsätzlich identisch mit denen der betrieblichen Altersversorgung.

### 33. 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 30.9./1.10.2012	192	161	199	158	252	961
Währungsumrechnung	-1	0	0	0	0	-1
Zuführung	87	69	14	9	162	341
Auflösung	-16	-1	-8	-5	-28	-58
Inanspruchnahme	-28	-39	-21	-19	-43	-151
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Zinsanteil in der Zuführung/Veränderung des Zinssatzes	1	0	0	0	0	2
Umbuchung	-18	-6	1	-1	-4	-27
Stand 31.12.2012/1.1.2013	217	184	186	142	339	1.068
Währungsumrechnung	-3	-1	0	-1	-2	-7
Zuführung	96	96	35	31	216	474
Auflösung	-34	-2	-26	-18	-59	-139
Inanspruchnahme	-59	-130	-56	-6	-103	-354
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Zinsanteil in der Zuführung/Veränderung des Zinssatzes	6	2	1	0	1	9
Umbuchung	16	1	0	-4	-15	-2
<b>Stand 30.9.2013</b>	<b>239</b>	<b>149</b>	<b>141</b>	<b>144</b>	<b>377</b>	<b>1.050</b>
Langfristig	162	0	40	107	119	429
Kurzfristig	77	149	100	36	259	621
<b>Stand 30.9.2013</b>	<b>239</b>	<b>149</b>	<b>141</b>	<b>144</b>	<b>377</b>	<b>1.050</b>

Die Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich betreffen standortbezogene Risiken in Höhe von 123 Mio. € (30.9.2012: 90 Mio. €; 31.12.2012: 116 Mio. €), Mietunterdeckungen in Höhe von 49 Mio. € (30.9.2012: 46 Mio. €; 31.12.2012: 22 Mio. €), Mietverpflichtungen in Höhe von 37 Mio. € (30.9.2012: 24 Mio. €; 31.12.2012: 46 Mio. €) sowie Rückbauverpflichtungen in Höhe von 21 Mio. € (30.9.2012: 20 Mio. €; 31.12.2012: 20 Mio. €).

Sonstige Verpflichtungen des Immobilienbereichs in Höhe von 10 Mio. € (30.9.2012: 12 Mio. €; 31.12.2012: 13 Mio. €) entfallen im Wesentlichen auf Instandhaltungsverpflichtungen.

Bedeutende Komponenten der Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Warengeschäft sind Rückstellungen für Kundentreueprogramme in Höhe von 72 Mio. € (30.9.2012: 71 Mio. €; 31.12.2012: 75 Mio. €), Rückstellungen für Garantieleistungen in Höhe von 42 Mio. € (30.9.2012: 47 Mio. €; 31.12.2012: 52 Mio. €) sowie Rückstellungen für Rückgabe-

rechte in Höhe von 24 Mio. € (30.9.2012: 28 Mio. €; 31.12.2012: 40 Mio. €).

Die Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von 141 Mio. € (30.9.2012: 199 Mio. €; 31.12.2012: 186 Mio. €) betreffen im Wesentlichen die Vertriebslinien Real mit 48 Mio. € (30.9.2012: 42 Mio. €; 31.12.2012: 67 Mio. €) und METRO Cash & Carry mit 32 Mio. € (30.9.2012: 73 Mio. €; 31.12.2012: 47 Mio. €) sowie sonstige Gesellschaften mit 30 Mio. € (30.9.2012: 59 Mio. €; 31.12.2012: 50 Mio. €).

Die übrigen Rückstellungen beinhalten vor allem Rückstellungen für die Risikovorsorge im Zusammenhang mit Portfoliomaßnahmen in Höhe von 71 Mio. € (30.9.2012: 0 Mio. €; 31.12.2012: 51 Mio. €), Verpflichtungen für Prozesskosten/-risiken in Höhe von 52 Mio. € (30.9.2012: 49 Mio. €; 31.12.2012: 76 Mio. €). Darüber hinaus enthalten die übrigen Rückstellungen Abfindungsverpflichtungen in Höhe von 48 Mio. € (30.9.2012: 8 Mio. €; 31.12.2012: 35 Mio. €) sowie Bürgschafts- und Gewährleistungsrisiken in Höhe von

19 Mio. € (30.9.2012: 19 Mio. €; 31.12.2012: 22 Mio. €). Die Rückstellungen für anteilsbasierte Vergütungen betragen 12 Mio. € (30.9.2012: 7 Mio. €; 31.12.2012: 6 Mio. €). Darüber hinaus werden in dieser Kategorie Zinsen auf sonstige Rückstellungen in Höhe von 47 Mio. € (30.9.2012: 40 Mio. €; 31.12.2012: 49 Mio. €) ausgewiesen.

Ergänzende Erläuterungen zu den anteilsbasierten Vergütungen sind unter Nummer 49 „Anteilsbasierte Vergütung für Führungskräfte“ angegeben.

Die Umbuchungen betreffen sowohl Umgliederungen innerhalb der sonstigen Rückstellungen als auch Umgliederungen zwischen sonstigen Rückstellungen und anderen Bilanzpositionen.

Die Zinssätze für unverzinsliche langfristige Rückstellungen liegen, je nach Laufzeit und Land, zwischen 1,1 Prozent und 9,7 Prozent.

### 34. Verbindlichkeiten

Mio. €	Restlaufzeit				Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	31.12.2012 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	30.9.2012 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	30.9.2013 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
<b>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>13.513</b>	<b>13.513</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.430</b>	<b>10.430</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9.805</b>	<b>9.805</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
davon Wechselverbindlichkeiten (unverzinslich)	(450)	(450)	(0)	(0)	(350)	(350)	(0)	(0)	(320)	(320)	(0)	(0)
Anleihen	5.260	1.227	2.690	1.342	6.171	2.136	3.189	846	5.050	1.616	2.637	797
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.305	308	603	394	1.331	352	690	289	1.096	310	445	342
Schuldscheindarlehen	571	162	289	120	567	157	289	120	414	161	199	54
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.414	117	394	902	1.746	116	463	1.167	1.403	113	415	875
<b>Finanzschulden</b>	<b>8.550</b>	<b>1.814</b>	<b>3.977</b>	<b>2.758</b>	<b>9.814</b>	<b>2.762</b>	<b>4.631</b>	<b>2.421</b>	<b>7.963</b>	<b>2.200</b>	<b>3.696</b>	<b>2.067</b>
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	615	615	0	0	420	420	0	0	338	338	0	0
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	45	45	0	0	48	48	0	0	47	47	0	0
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	754	754	0	0	824	823	1	0	824	824	1	0
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften	45	29	16	0	47	35	13	0	31	23	8	0
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	568	475	55	38	580	468	80	32	573	467	67	39
Übrige Verbindlichkeiten	1.110	992	95	23	1.058	570	452	37	895	833	42	20
<b>Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten</b>	<b>3.137</b>	<b>2.910</b>	<b>166</b>	<b>61</b>	<b>2.979</b>	<b>2.364</b>	<b>546</b>	<b>69</b>	<b>2.707</b>	<b>2.531</b>	<b>117</b>	<b>59</b>
<b>Ertragsteuerschulden</b>	<b>291</b>	<b>290</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>136</b>	<b>136</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>181</b>	<b>181</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>25.491</b>	<b>18.528</b>	<b>4.144</b>	<b>2.819</b>	<b>23.359</b>	<b>15.692</b>	<b>5.176</b>	<b>2.490</b>	<b>20.656</b>	<b>14.717</b>	<b>3.813</b>	<b>2.126</b>

### 35. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen im Rumpfgeschäftsjahr um 3.708 Mio. € ist hauptsächlich auf die Vertriebslinien Media-Saturn (2.661 Mio. €) sowie METRO Cash & Carry (718 Mio. €) zurückzuführen. Ursächlich hierfür ist im Wesentlichen das durch das Weihnachtsgeschäft hohe Verbindlichkeitsvolumen am Jahresende, welches bereits im Folgequartal auf ein Normalmaß zurückgeführt wird.

Im Vergleich zum 30. September 2012 ergibt sich eine Verminderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

von 625 Mio. €. Hiervon entfallen auf Media-Saturn 168 Mio. € und auf METRO Cash & Carry 146 Mio. €. Bei beiden Vertriebslinien sind verkürzte Zahlungsziele der Lieferanten sowie Währungseffekte die maßgeblichen Auslöser. Bei der Vertriebslinie Real ist der Rückgang in Höhe von 263 Mio. € größtenteils auf die Veräußerung des Geschäfts in Osteuropa zurückzuführen.

### 36. Finanzschulden

Der mittel- und langfristigen Finanzierung dient ein Daueremissionsprogramm, in dessen Rahmen im Rumpfgeschäftsjahr 2013 keine Transaktionen vorgenommen wurden.

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 im Rumpfgeschäftsjahr 2013 zusammen im Durchschnitt mit 922 Mio. € (30.9.2012: 1.641 Mio. €; 31.12.2012: 1.629 Mio. €) in Anspruch genommen. Zum 30. September 2013 wurden die Programme mit rund 383 Mio. € (30.9.2012: 2.007 Mio. €; 31.12.2012: 587 Mio. €) ausgenutzt.

Des Weiteren stehen der METRO GROUP syndizierte Kreditlinien im Gesamtbetrag von 2.500 Mio. € (30.9.2012: 2.500 Mio. €; 31.12.2012: 2.500 Mio. €) mit Laufzeitenden zwischen Dezember 2015 und Januar 2017 zur Verfügung. Im Falle der Inanspruchnahme liegen die Zinssätze zwischen EURIBOR +85,0 Basispunkten (BP) und EURIBOR +95,0 BP. Der durchschnittliche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 in Anspruch genom-

mene Betrag lag bei 0 Mio. € (30.9.2012: 0 Mio. €; 31.12.2012: 0 Mio. €), der Betrag zum Stichtag bei 0 Mio. € (30.9.2012: 0 Mio. €; 31.12.2012: 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 20 BP vor.

Der METRO GROUP standen zum 30. September 2013 zusätzliche bilaterale Bankkreditlinien in Höhe von 1.826 Mio. € (30.9.2012: 2.097 Mio. €; 31.12.2012: 2.075 Mio. €) zur Verfügung, wovon 405 Mio. € (30.9.2012: 473 Mio. €; 31.12.2012: 433 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr aufweisen. Zum Bilanzstichtag wurden von den bilateralen Kreditlinien insgesamt 1.096 Mio. € (30.9.2012: 1.331 Mio. €; 31.12.2012: 1.305 Mio. €) in Anspruch genommen. Davon valutierten 310 Mio. € (30.9.2012: 352 Mio. €; 31.12.2012: 308 Mio. €) mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Freie Kreditlinien der METRO GROUP

Mio. €	31.12.2012			30.9.2012			30.9.2013		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	2.075	433	1.642	2.097	473	1.624	1.826	405	1.421
Inanspruchnahme	-1.305	-308	-997	-1.331	-352	-979	-1.096	-310	-787
Freie bilaterale Kreditlinien	770	125	645	766	121	645	730	95	634
Syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500
Inanspruchnahme	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500	2.500	0	2.500
Kreditlinien gesamt	4.575	433	4.142	4.597	473	4.124	4.326	405	3.921
Inanspruchnahme gesamt	-1.305	-308	-997	-1.331	-352	-979	-1.096	-310	-787
<b>Freie Kreditlinien gesamt</b>	<b>3.270</b>	<b>125</b>	<b>3.145</b>	<b>3.266</b>	<b>121</b>	<b>3.145</b>	<b>3.230</b>	<b>95</b>	<b>3.134</b>

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 2013 wurden hieraus für Finanzschulden in Höhe von 328 Mio. € (30.9.2012: 358 Mio. €; 31.12.2012: 351 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													
		31.12.2012				30.9.2012				30.9.2013			
Währung	Restlaufzeit	Nominal-	Nominal-	Buch-	Fair	Nominal-	Nominal-	Buch-	Fair	Nominal-	Nominal-	Buch-	Fair
		werte	werte	werte	Values	werte	werte	werte	Values	werte	werte	werte	Values
		in Mio.				in Mio.				in Mio.			
		Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €	Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €	Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	1.030	1.030	1.167	1.207	2.007	2.007	2.134	2.134	<b>1.483</b>	<b>1.483</b>	<b>1.615</b>	<b>1.647</b>
	1 bis 5 Jahre	2.510	2.510	2.505	2.749	3.010	3.010	3.003	3.305	<b>2.460</b>	<b>2.460</b>	<b>2.453</b>	<b>2.618</b>
	über 5 Jahre	1.351	1.351	1.342	1.356	851	851	846	860	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>797</b>	<b>812</b>
CHF	bis 1 Jahr	0	0	3	3	0	0	2	2	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	1 bis 5 Jahre	225	186	186	189	225	186	185	188	<b>225</b>	<b>184</b>	<b>184</b>	<b>189</b>
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
USD	bis 1 Jahr	75	57	57	57	0	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

(ohne Kontokorrent)

Währung	Restlaufzeit	31.12.2012				30.9.2012				30.9.2013			
		Nominal- werte in Mio. Währung	Nominal- werte Mio. €	Buch- werte Mio. €	Fair Values Mio. €	Nominal- werte in Mio. Währung	Nominal- werte Mio. €	Buch- werte Mio. €	Fair Values Mio. €	Nominal- werte in Mio. Währung	Nominal- werte Mio. €	Buch- werte Mio. €	Fair Values Mio. €
		EUR	bis 1 Jahr	141	141	148	170	142	142	142	192	105	105
	1 bis 5 Jahre	413	413	413	422	479	479	479	500	252	252	252	257
	über 5 Jahre	364	364	364	367	256	256	256	268	322	322	322	327
CNY	bis 1 Jahr	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0	40	5	5	5	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INR	bis 1 Jahr	1.350	19	19	19	1.350	20	20	20	1.114	13	14	14
	1 bis 5 Jahre	3.251	45	45	48	3.214	47	47	67	3.339	39	39	39
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JPY	bis 1 Jahr	3.070	27	27	27	3.270	33	33	33	1.770	13	13	13
	1 bis 5 Jahre	8.703	77	77	78	8.945	89	89	89	8.575	65	65	66
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RUB	bis 1 Jahr	1	0	0	0	409	10	10	10	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TVND	bis 1 Jahr	484	18	18	18	612	23	23	23	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UAH	bis 1 Jahr	259	25	25	25	341	33	33	33	209	19	19	19
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
USD	bis 1 Jahr	29	22	22	22	32	25	25	40	17	13	13	16
	1 bis 5 Jahre	90	69	69	72	75	58	70	70	119	88	88	88
	über 5 Jahre	39	29	29	30	35	27	33	33	26	20	20	20
Sonstige	bis 1 Jahr	k. A.	1	1	1	k. A.	0	0	0	k. A.	1	1	1
	1 bis 5 Jahre	k. A.	0	0	0	k. A.	0	0	0	k. A.	0	0	0
	über 5 Jahre	k. A.	0	0	0	k. A.	0	0	0	k. A.	0	0	0

Schuldscheindarlehen

Währung	Restlaufzeit	31.12.2012				30.9.2012				30.9.2013			
		Nominal- werte in Mio. Währung	Nominal- werte Mio. €	Buch- werte Mio. €	Fair Values Mio. €	Nominal- werte in Mio. Währung	Nominal- werte Mio. €	Buch- werte Mio. €	Fair Values Mio. €	Nominal- werte in Mio. Währung	Nominal- werte Mio. €	Buch- werte Mio. €	Fair Values Mio. €
		EUR	bis 1 Jahr	150	150	162	162	150	150	157	159	157	157
	1 bis 5 Jahre	290	290	289	297	290	290	289	298	200	200	199	206
	über 5 Jahre	121	121	120	124	121	121	120	123	54	54	54	56

Tilgungsdarlehen, die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesen werden, sind in den Restlaufzeiten entsprechend ihren Tilgungszeitpunkten 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			31.12.2012		30.9.2012		30.9.2013	
Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeiten	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	4,85	1.030	0,59	2.007	<b>5,67</b>	<b>1.483</b>
		1 bis 5 Jahre	5,93	2.460	6,52	2.960	<b>5,17</b>	<b>2.410</b>
		über 5 Jahre	3,11	1.351	3,61	851	<b>3,62</b>	<b>801</b>
	CHF	bis 1 Jahr	–	0	–	0	–	<b>0</b>
		1 bis 5 Jahre	1,88	186	1,88	186	<b>1,88</b>	<b>184</b>
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	<b>0</b>
	USD	bis 1 Jahr	0,77	57	–	0	–	<b>0</b>
		1 bis 5 Jahre	–	0	–	0	–	<b>0</b>
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	<b>0</b>
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	–	0	–	0	–	<b>0</b>
		1 bis 5 Jahre	1,96	50	1,96	50	<b>1,59</b>	<b>50</b>
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	<b>0</b>



## Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

(ohne Kontokorrent)

Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeiten	31.12.2012			30.9.2012			30.9.2013		
			Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €		Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €		Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	4,41	91	3,53	124	3,20	105			
		1 bis 5 Jahre	4,19	413	4,49	439	4,56	252			
		über 5 Jahre	4,05	364	4,28	256	4,14	322			
	CNY	bis 1 Jahr	–	0	–	0	–	0			
		1 bis 5 Jahre	–	0	6,21	5	–	0			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
	INR	bis 1 Jahr	10,61	19	10,66	20	11,40	13			
		1 bis 5 Jahre	10,83	45	10,84	47	10,49	39			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
	JPY	bis 1 Jahr	1,78	27	–	0	–	0			
		1 bis 5 Jahre	1,78	77	–	0	–	0			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
	RUB	bis 1 Jahr	8,39	0	7,64	10	–	0			
		1 bis 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
	TVND	bis 1 Jahr	4,89	18	5,33	23	–	0			
		1 bis 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
	UAH	bis 1 Jahr	27,83	25	25,00	33	8,78	19			
		1 bis 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
USD	bis 1 Jahr	2,52	18	3,72	18	3,83	10				
	1 bis 5 Jahre	3,59	59	3,66	49	3,22	80				
	über 5 Jahre	3,60	29	3,62	26	3,74	20				
Sonstige	bis 1 Jahr	0,00	1	0,00	0	0,00	1				
	1 bis 5 Jahre	–	0	–	0	–	0				
	über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0				
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	2,98	50	0,77	18	–	0			
		1 bis 5 Jahre	–	0	3,52	40	–	0			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
	JPY	bis 1 Jahr	–	0	1,78	33	1,78	13			
		1 bis 5 Jahre	–	0	1,78	89	1,78	65			
		über 5 Jahre	–	0	–	0	–	0			
	USD	bis 1 Jahr	1,12	4	1,32	7	0,83	3			
		1 bis 5 Jahre	1,03	9	1,13	9	0,83	8			
		über 5 Jahre	0,96	1	1,15	1	–	0			

			31.12.2012		30.9.2012		30.9.2013	
Zinsbedingungen	Währung	Restlaufzeiten	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	3,85	100	3,85	100	5,74	31
		1 bis 5 Jahre	3,72	95	3,72	95	3,03	105
		über 5 Jahre	3,91	95	3,48	95	4,27	54
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	0,72	50	1,15	50	3,29	126
		1 bis 5 Jahre	2,97	196	2,97	196	1,82	95
		über 5 Jahre	2,20	26	2,20	26	-	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 unter Nummer 43 „Management der finanzwirtschaftlichen Risiken“ ausführlich beschrieben.

### 37. Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten

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, dem Verkauf von Gutscheinen, Garantieverträgen und übrige Abgrenzungsposten.

Wesentliche Positionen in den übrigen anderen Verbindlichkeiten sind erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen in Höhe von 47 Mio. € (30.9.2012: 48 Mio. €; 31.12.2012: 45 Mio. €) und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen (keine Finanzierungs-Leasingverhältnisse) in Höhe von 47 Mio. € (30.9.2012: 43 Mio. €; 31.12.2012: 41 Mio. €).

Wesentliche Positionen in den übrigen finanziellen Verbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern in Höhe von 78 Mio. € (30.9.2012: 388 Mio. €; 31.12.2012: 347 Mio. €), Verbindlichkeiten aus dem Erwerb übriger Anlagewerte in Höhe von 299 Mio. € (30.9.2012: 216 Mio. €; 31.12.2012: 304 Mio. €), Verbindlichkeiten gegenüber Kunden in Höhe von 155 Mio. € (30.9.2012: 148 Mio. €; 31.12.2012: 174 Mio. €) sowie Verbindlichkeiten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 31 Mio. € (30.9.2012: 49 Mio. €; 31.12.2012: 34 Mio. €). Darüber hinaus beinhalten die übrigen Verbindlichkeiten noch eine Vielzahl weiterer Einzelpositionen.

Mio. €	31.12.2012			30.9.2012			30.9.2013		
	Gesamt	Restlaufzeit		Gesamt	Restlaufzeit		Gesamt	Restlaufzeit	
		bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	615	615	0	420	420	0	<b>338</b>	<b>338</b>	<b>0</b>
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	568	475	92	580	468	112	<b>573</b>	<b>467</b>	<b>106</b>
Übrige andere Verbindlichkeiten	121	87	34	123	87	36	<b>121</b>	<b>82</b>	<b>39</b>
<b>Sonstige andere Verbindlichkeiten</b>	<b>1.304</b>	<b>1.178</b>	<b>126</b>	<b>1.123</b>	<b>975</b>	<b>148</b>	<b>1.032</b>	<b>887</b>	<b>146</b>
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	754	754	0	824	823	1	<b>824</b>	<b>824</b>	<b>1</b>
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.080	979	101	1.031	565	466	<b>851</b>	<b>821</b>	<b>30</b>
<b>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</b>	<b>1.833</b>	<b>1.732</b>	<b>101</b>	<b>1.855</b>	<b>1.388</b>	<b>467</b>	<b>1.675</b>	<b>1.645</b>	<b>30</b>
<b>Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten</b>	<b>3.137</b>	<b>2.910</b>	<b>227</b>	<b>2.979</b>	<b>2.364</b>	<b>615</b>	<b>2.707</b>	<b>2.531</b>	<b>176</b>

### 38. Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten, die Verrechnungsvereinbarungen, einklagbaren Globalverrechnungsverträgen und ähnlichen Vereinbarungen unterliegen, bestanden wie folgt:

31.12.2012						
(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			Nettobetrag
			Finanz- instrumente	Erhaltene/ gestellte Sicherheiten		
Mio. €						
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	71	0	71	0	0	71
Forderungen an Lieferanten	2.655	864	1.791	62	0	1.728
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	698	130	568	1	0	567
Beteiligungen	199	0	199	0	0	199
Übrige finanzielle Vermögenswerte	701	10	691	1	2	688
Derivative Finanzinstrumente	11	0	11	1	0	9
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.299	0	5.299	0	0	5.299
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	11	0	11	0	0	11
<b>Summe</b>	<b>9.644</b>	<b>1.004</b>	<b>8.640</b>	<b>66</b>	<b>2</b>	<b>8.572</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>						
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	7.136	0	7.136	0	0	7.136
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14.507	994	13.513	63	0	13.450
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.801	10	1.790	2	0	1.788
Derivative Finanzinstrumente	43	0	43	1	6	36
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.414	0	1.414	0	0	1.414
<b>Summe</b>	<b>24.900</b>	<b>1.004</b>	<b>23.896</b>	<b>66</b>	<b>6</b>	<b>23.824</b>

30.9.2012						
(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	Erhaltene/ gestellte Sicherheiten		Nettobetrag
				Finanz- instrumente		
<b>Mio. €</b>						
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	96	0	96	0	0	96
Forderungen an Lieferanten	2.142	592	1.550	49	0	1.501
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	587	55	532	1	0	531
Beteiligungen	193	0	193	0	0	193
Übrige finanzielle Vermögenswerte	708	15	693	1	2	690
Derivative Finanzinstrumente	13	0	13	7	0	7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.075	0	2.075	0	0	2.075
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	11	0	11	0	0	11
<b>Summe</b>	<b>5.825</b>	<b>662</b>	<b>5.163</b>	<b>58</b>	<b>2</b>	<b>5.103</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>						
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	8.068	0	8.068	0	0	8.068
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11.076	646	10.430	49	0	10.381
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.832	16	1.816	1	0	1.815
Derivative Finanzinstrumente	44	0	44	7	6	31
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.746	0	1.746	0	0	1.746
<b>Summe</b>	<b>22.766</b>	<b>662</b>	<b>22.104</b>	<b>58</b>	<b>6</b>	<b>22.041</b>

30.9.2013						
(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			Nettobetrag
			Finanz- instrumente	Erhaltene/ gestellte Sicherheiten		
<b>Mio. €</b>						
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	64	0	64	0	0	64
Forderungen an Lieferanten	2.028	638	1.389	62	0	1.327
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	630	83	547	2	0	545
Beteiligungen	266	0	266	0	0	266
Übrige finanzielle Vermögenswerte	662	14	648	1	2	645
Derivative Finanzinstrumente	36	18	18	3	0	15
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.564	0	2.564	0	0	2.564
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	4	0	4	0	0	4
<b>Summe</b>	<b>6.253</b>	<b>753</b>	<b>5.500</b>	<b>68</b>	<b>2</b>	<b>5.430</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>						
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	6.560	0	6.560	0	0	6.560
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.523	718	9.805	63	0	9.742
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.665	17	1.648	3	0	1.645
Derivative Finanzinstrumente	45	18	27	3	10	14
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.403	0	1.403	0	0	1.403
<b>Summe</b>	<b>20.196</b>	<b>753</b>	<b>19.443</b>	<b>68</b>	<b>10</b>	<b>19.365</b>

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 sind unter Nummer 43 „Management der finanzwirtschaftlichen Risiken“ enthalten.

**39. Undiskontierte Cashflows finanzieller Verbindlichkeiten**

Die undiskontierten Cashflows der Finanzschulden, der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der passivierten Derivate lauten wie folgt:

Mio. €	Buchwert 31.12.2012	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
		Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Anleihen	5.260	233	1.227	507	2.690	97	1.342
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.305	45	308	86	603	15	394
Schuldscheindarlehen	571	17	162	29	289	15	120
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.414	134	117	457	394	854	902
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13.513	0	13.513	0	0	0	0
Zinsbezogene passivierte Derivate	8	0	0	8	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	31	0	23	0	8	0	0
Rohstoffbezogene passivierte Derivate	4	0	4	0	0	0	0

Mio. €	Buchwert 30.9.2012	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
		Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Anleihen	6.171	228	2.007	507	3.196	98	851
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.331	32	285	216	679	40	283
Schuldscheindarlehen	567	17	150	28	290	13	121
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.746	133	116	424	463	653	1.167
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.430	0	10.430	0	0	0	0
Zinsbezogene passivierte Derivate	8	0	0	8	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	33	0	23	0	10	0	0
Rohstoffbezogene passivierte Derivate	3	0	3	0	0	0	0

Mio. €	Buchwert 30.9.2013	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
		Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Anleihen	<b>5.050</b>	239	1.483	355	2.644	69	801
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	<b>1.096</b>	73	165	172	445	11	342
Schuldscheindarlehen	<b>414</b>	11	157	21	200	9	54
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	<b>1.403</b>	119	113	322	415	574	875
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	<b>9.805</b>	0	9.805	0	0	0	0
Zinsbezogene passivierte Derivate	<b>5</b>	5	0	0	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	<b>21</b>	0	13	0	8	0	0
Rohstoffbezogene passivierte Derivate	<b>1</b>	0	1	0	0	0	0

**40. Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien**

Die Buchwerte und Fair Values der bilanzierten Finanzinstrumente lauten wie folgt:

Mio. €	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
<b>Aktiva</b>	<b>34.802<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Kredite und Forderungen</b>	<b>3.117</b>	<b>3.117</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3.116</b>
Ausleihungen und gewährte Darlehen	71	71	0	0	71
Forderungen an Lieferanten	1.791	1.791	0	0	1.791
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	568	568	0	0	568
Übrige finanzielle Vermögenswerte	687	687	0	0	687
<b>Bis zur Endfälligkeit gehalten</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Übrige finanzielle Vermögenswerte	3	3	0	0	3
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	10	0	10	0	10
<b>Zur Veräußerung verfügbar</b>	<b>200</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>189</b>	<b>k. A.</b>
Beteiligungen	199	12	0	187	k. A.
Wertpapiere	1	0	0	1	1
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>5.299</b>	<b>5.299</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.299</b>
<b>Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)</b>	<b>11</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>11</b>
<b>Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Vermögenswerte</b>	<b>26.162<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Passiva</b>	<b>34.802<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	16	0	16	0	16
<b>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</b>	<b>22.439</b>	<b>22.092</b>	<b>0</b>	<b>347</b>	<b>22.797</b>
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	7.136	7.136	0	0	7.493
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13.513	13.513	0	0	13.513
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.790	1.443	0	347	1.791
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	<b>27</b>
<b>Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)</b>	<b>1.414</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>1.596</b>
<b>Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Schulden</b>	<b>10.906<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Unrealisierter Gewinn (+)/Verlust (-) aus Gesamtdifferenz von Fair Value und Buchwert</b>					<b>-540</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung [siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“]



30.9.2012					
Mio. €	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
<b>Aktiva</b>	<b>31.608<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Kredite und Forderungen</b>	<b>2.849</b>	<b>2.849</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.849</b>
Ausleihungen und gewährte Darlehen	96	96	0	0	96
Forderungen an Lieferanten	1.550	1.550	0	0	1.550
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	532	532	0	0	532
Übrige finanzielle Vermögenswerte	671	671	0	0	671
<b>Bis zur Endfälligkeit gehalten</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	10	0	10	0	10
<b>Zur Veräußerung verfügbar</b>	<b>214</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>205</b>	<b>k. A.</b>
Beteiligungen	193	10	0	183	k. A.
Wertpapiere	22	0	0	22	22
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>2.075</b>	<b>2.075</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.075</b>
<b>Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)</b>	<b>11</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>14</b>
<b>Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Vermögenswerte</b>	<b>26.445<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Passiva</b>	<b>31.608<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>19</b>
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	19	0	19	0	19
<b>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</b>	<b>20.315</b>	<b>19.927</b>	<b>0</b>	<b>388</b>	<b>20.763</b>
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	8.068	8.068	0	0	8.517
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.430	10.430	0	0	10.430
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.816	1.429	0	388	1.817
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>25</b>
<b>Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)</b>	<b>1.746</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>1.927</b>
<b>Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Schulden</b>	<b>9.504<sup>1</sup></b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Unrealisierter Gewinn (+)/Verlust (-) aus Gesamtdifferenz von Fair Value und Buchwert</b>					<b>-627</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Mio. €	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
<b>Aktiva</b>	<b>28.811</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Kredite und Forderungen</b>	<b>2.647</b>	<b>2.647</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.648</b>
Ausleihungen und gewährte Darlehen	64	64	0	0	64
Forderungen an Lieferanten	1.389	1.389	0	0	1.389
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	547	547	0	0	547
Übrige finanzielle Vermögenswerte	646	646	0	0	648
<b>Bis zur Endfälligkeit gehalten</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	18	0	18	0	18
<b>Zur Veräußerung verfügbar</b>	<b>267</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>254</b>	<b>k. A.</b>
Beteiligungen	266	13	0	253	k. A.
Wertpapiere	1	0	0	1	1
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>2.564</b>	<b>2.564</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.564</b>
<b>Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)</b>	<b>4</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>9</b>
<b>Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Vermögenswerte</b>	<b>23.311</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Passiva</b>	<b>28.811</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>7</b>
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	7	0	7	0	7
<b>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</b>	<b>18.013</b>	<b>17.935</b>	<b>0</b>	<b>78</b>	<b>18.260</b>
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	6.560	6.560	0	0	6.807
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.805	9.805	0	0	9.805
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.648	1.570	0	78	1.648
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)</b>	<b>1.403</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>1.641</b>
<b>Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Schulden</b>	<b>9.368</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Unrealisierter Gewinn (+)/Verlust (-) aus Gesamtdifferenz von Fair Value und Buchwert</b>					<b>-479</b>

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 266 Mio. € (30.9.2012: 193 Mio. €; 31.12.2012: 199 Mio. €) werden 13 Mio. € (30.9.2012: 10 Mio. €; 31.12.2012: 12 Mio. €) zu Anschaffungskosten bewertet, da eine verlässliche Ermittlung des Fair Values nicht möglich ist. Es handelt sich hierbei um nicht börsen-

notierte Finanzinstrumente, für die kein aktiver Markt besteht. Eine Veräußerung der zu Anschaffungskosten bewerteten Beteiligungen ist zurzeit nicht vorgesehen. Börsennotierte Beteiligungen in Höhe von 253 Mio. € (30.9.2012: 183 Mio. €; 31.12.2012: 187 Mio. €) werden erfolgsneutral zum Fair Value bewertet.

Die übrigen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter in Höhe von 78 Mio. € (30.9.2012: 388 Mio. €; 31.12.2012: 347 Mio. €), die erfolgsneutral zum Fair Value folgebewertet werden.

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. €	31.12.2012				30.9.2012				30.9.2013			
	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3
<b>Aktiva</b>	<b>199</b>	<b>189</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>218</b>	<b>205</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>272</b>	<b>254</b>	<b>18</b>	<b>0</b>
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>												
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	10	0	10	0	10	0	10	0	18	0	18	0
<b>Zur Veräußerung verfügbar</b>												
Beteiligungen	187	187	0	0	183	183	0	0	253	253	0	0
Wertpapiere	1	1	0	0	22	22	0	0	1	1	0	0
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Passiva</b>	<b>390</b>	<b>0</b>	<b>43</b>	<b>347</b>	<b>431</b>	<b>0</b>	<b>44</b>	<b>388</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	<b>78</b>
<b>Zu Handelszwecken gehalten</b>												
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	16	0	16	0	19	0	19	0	7	0	7	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</b>												
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	347	0	0	347	388	0	0	388	78	0	0	78
<b>Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>
<b>Summe</b>	<b>-191</b>	<b>189</b>	<b>-33</b>	<b>-347</b>	<b>-213</b>	<b>205</b>	<b>-30</b>	<b>-388</b>	<b>167</b>	<b>254</b>	<b>-9</b>	<b>-78</b>

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.

Der Fair Value der Rohstoffderivate (Level 2) wird als Durchschnitt des an der Börse festgestellten Preises des abgelaufenen Monats berechnet.

Während der Berichtsperiode wurden keine Transfers zwischen den Leveln 1 und 2 vorgenommen.

Level 3 beinhaltet die Fair Values von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter. Die Fair-Value-Bewertung richtet sich nach der jeweiligen Vertragsgestaltung.

Die Fair Values von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten werden nach dem Discounted-Cashflow-Verfahren ermittelt. Dabei werden die erwarteten zukünftigen Cashflows über einen Detailplanungszeitraum von drei Jahren (31.12.2012: drei bis fünf Jahren) zuzüglich einer ewigen Rente zugrunde gelegt. Für die ewige Rente wird eine Wachstumsrate zwischen 4,1 und 7,7 Prozent (31.12.2012: zwischen 1,9 und 9,3 Prozent) angenommen. Als Diskontierungszins wird der jeweilige lokale WACC verwendet. Die Diskontierungszinssätze lagen im Berichtsjahr zwischen 11,1 und 15,8 Prozent (31.12.2012: zwischen 9,5 und 17,6 Prozent). Würden die einzelnen Zinssätze um je 10,0 Prozent steigen, würde der Fair Value dieser Verbindlichkeiten um 9 Mio. € (31.12.2012: 7 Mio. €) sinken.

Von den Wertänderungen der zum 31. Dezember 2012 bestehenden Andienungsrechte reduzieren 21 Mio. € die Geschäfts- oder Firmenwerte. Ferner sind 23 Mio. € transaktionsbedingt entstanden.

Die Wertänderungen der Andienungsrechte entwickelten sich vom 1. Januar bis 30. September 2013 wie folgt:

Mio. €	
<b>Stand 1.1.2013</b>	<b>347</b>
Transfer in Level 3	0
Transfer aus Level 3	0
Gewinne (-) und Verluste (+) der Periode	-14
Periodenergebnis	0
Sonstiges Ergebnis	-14
Übrige ergebnisneutrale Wertveränderungen	15
Transaktionsbedingte Veränderungen	-270
Vergabe neuer Rechte	0
Einlösung bestehender Rechte	-270
<b>Stand 30.9.2013</b>	<b>78</b>

Die Wertänderung der zum 30. September 2013 bestehenden Andienungsrechte erhöhte die Geschäfts- oder Firmenwerte um 5 Mio. € und das Sonstige Ergebnis um 1 Mio. €.

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 deren 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

### 41. 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.

Im Dezember 2012 wurden die Vermögenswerte und Schulden des Real-Geschäfts in Osteuropa als „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ beziehungsweise unter „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ ausgewiesen. In den umgegliederten Vermögenswerten waren Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 66 Mio. € enthalten.

Aus der betrieblichen Tätigkeit wurden im Berichtsjahr Cashflows in Höhe von –1.768 Mio. € (9M 2012: –2.095 Mio. €; 12M 2012: 2.340 Mio. €) generiert. Die Abschreibungen entfallen mit 802 Mio. € (9M 2012: 829 Mio. €; 12M 2012: 1.198 Mio. €) auf Sachanlagen, mit 144 Mio. € (9M 2012: 127 Mio. €; 12M 2012: 252 Mio. €) auf immaterielle Vermögenswerte und mit 16 Mio. € (9M 2012: 10 Mio. €; 12M 2012: 13 Mio. €) auf „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“. Im Zusammenhang mit der Veräußerung des Großhandelsgeschäfts im Vereinigten Königreich wurde im Vorjahr (9M und 12M 2012) eine Abwertung dieser Veräußerungsgruppe in Höhe von 172 Mio. € vorgenommen. Dagegen laufen Zuschreibungen in Höhe von 7 Mio. € (9M 2012: 5 Mio. €; 12M 2012: 12 Mio. €).

Die Veränderung des Netto-Betriebsvermögens beträgt –2.395 Mio. € (9M 2012: –2.783 Mio. €; 12M 2012: 80 Mio. €) und enthält die Veränderungen der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, der in der Position „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ enthaltenen Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen aus Kreditkarten und geleisteten Anzahlungen 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.

Die Position „Sonstiges“ beinhaltet diverse Einzelposten. Wesentliche Bestandteile sind die Veränderungen der sonstigen Steuerverbindlichkeiten (im Wesentlichen Umsatzsteuer) mit –330 Mio. € (9M 2012: –206 Mio. €; 12M 2012: 65 Mio. €), die Eliminierung des EBIT um Entkonsolidierungsergebnisse mit –162 Mio. € (9M 2012: –6 Mio. €; 12M 2012: –32 Mio. €), gegenläufig die Veränderung der Verbindlichkeiten aus Löhnen und Gehältern mit 74 Mio. € (9M 2012: 24 Mio. €; 12M 2012: –19 Mio. €) sowie die Adjustierung von unrealisierten Wechselkurseffekten in Höhe von 94 Mio. € (9M 2012: 46 Mio. €; 12M 2012: 58 Mio. €).

Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit resultiert im Berichtsjahr ein Mittelzufluss von 747 Mio. € (9M 2012: Mittelabfluss von 600 Mio. €; 12M 2012: Mittelabfluss von 626 Mio. €). Hierin sind in Zahlungsmitteln erhaltene Entgelte für die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa in Höhe von 953 Mio. € sowie 138 Mio. € aus dem Verkauf der OPCI-II-Immobilien in Frankreich enthalten. Im Zusammenhang mit dem 2011 getätigten Erwerb von Redcoon wurden 12 Mio. € vom einbehaltenen Kaufpreis ausgezahlt. Im Vorjahr (12M 2012) beinhaltete der Cashflow aus der Investitionstätigkeit Einzahlungen aus der Veräußerung der OPCI I Immobilien in Frankreich in Höhe von 203 Mio. € sowie 14 Mio. € für den Verkauf von MAKRO Cash & Carry im Vereinigten Königreich (9M 2012). 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 Veränderungen der Verbindlichkeiten aus Erwerb von übrigen Anlagewerten. Die sonstigen Investitionen beinhalten Investitionen in immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 123 Mio. € (9M 2012: 99 Mio. €; 12M 2012: 136 Mio. €) sowie Investitionen in Finanzanlagen in Höhe von 56 Mio. € (9M 2012: 0 Mio. €; 12M 2012: 7 Mio. €).

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist im Berichtsjahr einen Mittelabfluss von 1.690 Mio. € (9M 2012: Mittelzufluss 1.403 Mio. €; 12M 2012: Mittelzufluss 279 Mio. €) aus. Die Verschlechterung des Cashflows aus Finanzierungstätigkeit ist

im Wesentlichen auf die Begebung von Anleihen im Vorjahr zurückzuführen.

#### 42. Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung ist nach IFRS 8 (Geschäftssegmente) aufgestellt. 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 29 Ländern Europas, Asiens und Afrikas vertreten. In Deutschland ergänzt zudem die Marke C+C Schaper das Portfolio. 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.

##### 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 Online-Shop 003.ru sowie das Unternehmen 24-7 Entertainment zu Media-Saturn.

##### Real

Real betreibt SB-Warenhäuser in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Online-Handel aktiv. Die Vertriebslinie betreibt darüber hinaus im Wesentlichen Standorte in Polen und in der Türkei. Alle Märkte bieten ein umfassendes Lebensmittelangebot mit einem hohen Anteil an Frischeprodukten, ergänzt um ein Sortiment von Nicht-Lebensmitteln.

##### Galeria Kaufhof

Galeria Kaufhof betreibt Warenhäuser in Deutschland und Belgien. In Belgien tritt die Vertriebslinie als Galeria Inno auf. Die Warenhäuser von Galeria Kaufhof bieten internationale Sortimente und hochwertige Eigenmarken mit einem Schwerpunkt auf Bekleidungsartikeln. Das stationäre Geschäft ist dabei eng mit dem Online-Shop verzahnt.

##### Immobilien

METRO PROPERTIES ist das Immobilienunternehmen der METRO GROUP und betreut Handelsstandorte in nahezu allen

METRO-Ländern. METRO PROPERTIES hat sich zum Ziel gesetzt, den Wert des Immobilienvermögens durch aktives und strategisches Portfolio- und Asset-Management langfristig zu steigern. Zum Leistungsspektrum gehören unter anderem die Standortauswahl, die Entwicklung und Betreuung moderner Groß- und Einzelhandelsimmobilien sowie das Energiemanagement für die Standorte der METRO GROUP.

Ab dem Beginn des Geschäftsjahres 2013/14 wird das Segment Immobilien nicht mehr gesondert ausgewiesen. Die segmentrelevanten Informationen werden dann in den Segmenten der Vertriebslinien beziehungsweise im Segment Sonstige gezeigt. Auf den Ausweis der Regionensegmente wird diese Änderung keine Auswirkung haben.

— Weitere Angaben zu den Segmenten enthält der zusammengefasste Lagebericht.

Neben den Informationen zu den oben genannten Geschäftssegmenten werden gleichwertige Informationen zu den METRO-Regionen veröffentlicht. Dabei wird nach den Regionen Deutschland, Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien/Afrika unterschieden.

- Der Außenumsatz repräsentiert den Umsatz der Geschäftssegmente mit Konzernexternen.
- Der Innenumsatz zeigt die Umsätze mit anderen Geschäftssegmenten.
- 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, Sachanla-

gen sowie als Finanzinvestition gehaltene 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 und Vermögenswerte, die nicht fortgeführten Aktivitäten zuzuordnen sind.

Nachfolgend wird die Überleitung des Segmentvermögens auf die Vermögenswerte des Konzerns dargestellt:

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Segmentvermögen<sup>1</sup></b>	<b>27.445</b>	<b>26.953</b>	<b>24.223</b>
Finanzanlagen (lang- und kurzfristig)	269	307	<b>327</b>
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen <sup>2</sup>	92	57	<b>132</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.299	2.075	<b>2.564</b>
Latente Steueransprüche <sup>1</sup>	914	1.077	<b>837</b>
Ertragsteuererstattungsansprüche	347	662	<b>297</b>
Sonstige Steuererstattungsansprüche <sup>3</sup>	269	417	<b>368</b>
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	107	0	<b>12</b>
Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften <sup>4</sup>	19	24	<b>30</b>
Sonstiges	40	36	<b>20</b>
<b>Vermögenswerte des Konzerns</b>	<b>34.802</b>	<b>31.608</b>	<b>28.811</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>2</sup>Neue Bilanzposition (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>3</sup>Enthalten in der Bilanzposition „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ (kurzfristig)

<sup>4</sup>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. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
<b>Segmentschulden<sup>1</sup></b>	<b>18.650</b>	<b>14.800</b>	<b>14.645</b>
Finanzschulden (lang- und kurzfristig)	8.550	9.814	<b>7.963</b>
Latente Steuerschulden	159	156	<b>127</b>
Ertragsteuerschulden	291	136	<b>181</b>
Ertragsteuerrückstellungen <sup>2</sup>	106	126	<b>107</b>
Sonstige Steuerverbindlichkeiten <sup>3</sup>	615	420	<b>338</b>
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften <sup>3</sup>	45	47	<b>31</b>
Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern <sup>1,3</sup>	352	394	<b>82</b>
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	287	0	<b>77</b>
Zinsen auf sonstige Rückstellungen <sup>2</sup>	49	40	<b>47</b>
Sonstiges	32	25	<b>9</b>
<b>Schulden des Konzerns</b>	<b>29.136</b>	<b>25.959</b>	<b>23.605</b>

<sup>1</sup>Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

<sup>2</sup>Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige Rückstellungen“ (langfristig) und „Rückstellungen“ (kurzfristig)

<sup>3</sup>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.

### 43. 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 enthält der zusammengefasste Lagebericht im Kapitel 5 Finanz- und Vermögenslage.

**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 Zinsswaps 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 designiert 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 designiert 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 designiert 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 mit einem Gesamtanlagesaldo nach Berücksichtigung von Sicherungsgeschäften in Höhe von 2.089 Mio. € (30.9.2012: 1.474 Mio. €; 31.12.2012: 4.852 Mio. €).

Eine Zinssatzerhöhung von 10 Basispunkten hat bei diesem Gesamtsaldo einen um 2 Mio. € (9M 2012: 1 Mio. €; 12M 2012: 5 Mio. €) höheren Ertrag im Zinsergebnis pro Jahr zur Folge. Bei einer Zinssatzreduzierung von 10 Basispunkten ergibt sich ein gegenläufiger Effekt in Höhe von –2 Mio. € (9M 2012: –1 Mio. €; 12M 2012: –5 Mio. €).

Aus der Bewertung von Zinsswaps und Zinswährungsswaps mit einem Nominalvolumen von 310 Mio. € (30.9.2012: 312 Mio. €; 31.12.2012: 312 Mio. €), die in einem Cashflow Hedge stehen, ergibt sich bei einer Zinssatzerhöhung von 100 Basispunkten eine Erhöhung des Eigenkapitals um 5 Mio. € (9M 2012: 9 Mio. €; 12M 2012: 8 Mio. €). Bei einer Zinssatzverringerung ergibt sich eine Eigenkapitalverschlechterung um 6 Mio. € (9M 2012: 9 Mio. €; 12M 2012: 8 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.

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. 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 Verbindlichkeit in Euro in einer Tochtergesellschaft, deren funktionale Währung der Euro ist. Eine Aufwertung hingegen bewirkt jeweils einen 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 zum Bilanzstichtag lautet wie folgt:

**Auswirkung bei Ab-/Aufwertung des Euro um 10 %**

Mio. €	Währungspaar	Volumen	31.12.2012	Volumen	30.9.2012	Volumen	30.9.2013
<b>Periodenergebnis</b>							
	CNY/EUR	-16	+/-2	-14	+/-1	-1	+/-0
	CZK/EUR	-124	+/-12	-138	+/-14	-131	+/-13
	EGP/EUR	-39	+/-4	-45	+/-4	-52	+/-5
	HUF/EUR	-1	+/-0	-10	+/-1	2	-/+0
	JPY/EUR	14	+/-1	44	+/-4	60	+/-6
	KZT/EUR	-222	+/-22	-221	+/-22	-228	+/-23
	MAD/EUR	0	+/-0	20	+/-2	0	+/-0
	MDL/EUR	-39	+/-4	-41	+/-4	-38	+/-4
	PLN/EUR	-118	+/-12	-113	+/-11	-100	+/-10
	RON/EUR	-189	+/-19	-194	+/-19	-86	+/-9
	RSD/EUR	-27	+/-3	-30	+/-3	-27	+/-3
	RUB/EUR	-293	+/-29	-81	+/-8	-121	+/-12
	SEK/EUR	0	+/-0	-6	+/-1	-2	+/-0
	TRY/EUR	-24	+/-2	-35	+/-3	-46	+/-5
	UAH/EUR	-15	+/-2	-7	+/-1	-10	+/-1
	USD/EUR	19	+/-2	0	+/-0	18	+/-2
	VND/EUR	-4	+/-0	-6	+/-1	-4	+/-0
			<b>+/-114</b>		<b>+/-99</b>		<b>+/-93</b>
<b>Eigenkapital</b>							
	GBP/EUR	183	+/-18	179	+/-18	253	+/-25
	CNY/EUR	56	+/-6	56	+/-6	54	+/-5
	PLN/EUR	75	+/-8	74	+/-7	72	+/-7
	RUB/EUR	-120	+/-12	-340	+/-34	-120	+/-12
	SEK/EUR	-52	+/-5	-52	+/-5	0	+/-0
	TRY/EUR	-32	+/-3	-32	+/-3	0	+/-0
	UAH/EUR	-242	+/-24	-248	+/-25	-242	+/-24
	USD/EUR	252	+/-25	277	+/-28	242	+/-24
			<b>+/-101</b>		<b>+/-126</b>		<b>+/-97</b>
			<b>+/-215</b>		<b>+/-225</b>		<b>+/-190</b>

Darüber hinaus bestehen Währungsrisiken der Währungspaare USD / KZT, USD / VND mit einer Auswirkung von -/+18 Mio. € (30.9.2012: -/+19 Mio. €; 31.12.2012: -/+18 Mio. € der Währungspaare USD / CNY, USD / HKD, USD / KZT, USD / RUB, USD / TRY, USD / VND, USD / UAH) bei einer Ab- beziehungsweise Aufwertung des USD um 10 Prozent sowie des Währungspaars CNY / HKD von -/+2 Mio. € (30.9.2012: -/+2 Mio. €; 31.12.2012: -/+2 Mio. €) und RUB / KZT von -/+2 Mio. € (30.9.2012: +/-0 Mio. €; 31.12.2012: +/-1 Mio. €).

**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 253 Mio. € (30.9.2012: 183 Mio. €; 31.12.2012: 187 Mio. €) ergibt sich bei einer Wert-erhöhung von 10 Prozent eine Erhöhung des Eigenkapitals um 25 Mio. € (9M 2012: 18 Mio. €; 12M 2012: 19 Mio. €). Bei einer Wertminderung ergibt sich eine Eigenkapitalverschlechterung in Höhe von 25 Mio. € (9M 2012: 18 Mio. €; 12M 2012: 19 Mio. €).

Hinsichtlich der **Stromderivate** beeinflussen die Strompreise den Fair Value dieser Instrumente. Die Wertschwankungen wirken sich im übrigen Finanzergebnis aus.

Das Portfolio läuft zum 31. Dezember 2013 aus. Aufgrund des geringfügigen Werts des Portfolios zum 30. September 2013 ist

mit wesentlichen Auswirkungen im übrigen Finanzergebnis nicht zu rechnen, daher wird von einer Value-at-Risk-Bewertung abgesehen.

Zum 30. September 2012 betrug der Wert des Portfolios 23,0 Mio. € (31.12.2012: 20,9 Mio. €) mit einer Lieferung im Jahr 2013. Der Wert des Portfolios bezieht sich auf den Wert der zum Stichtag beschafften Menge.

Mittels der Bestimmung des Value at Risk zum 30. September 2012, mit einem Konfidenzniveau von 99 Prozent und einer Haltedauer von 20 Tagen, wurde für das Portfolio mit einer Lieferung im Jahr 2013 ein maximaler Gewinn in Höhe von 1,7 Mio. € (12M 2012: 1,6 Mio. €) beziehungsweise ein maximaler Verlust in Höhe von 1,7 Mio. € (12M 2012: 1,6 Mio. €) ermittelt. Das Value-at-Risk-Modell basiert auf einer historischen Simulation der Marktpreise der jeweils vorangegangenen 500 Handelstage.

**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:

Mio. €	31.12.2012			30.9.2012			30.9.2013		
	Fair Values			Fair Values			Fair Values		
	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten
<b>Zinsbezogene Geschäfte</b>									
Zinsswaps	126	0	8	126	0	8	126	0	5
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(126)	(0)	(8)	(126)	(0)	(8)	(126)	(0)	(5)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
<b>Währungsbezogene Geschäfte</b>									
Devisentermingeschäfte/-optionen	801	8	23	368	10	23	-76	17	13
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(304)	(0)	(11)	(329)	(3)	(8)	(295)	(0)	(7)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(497)	(7)	(12)	(39)	(7)	(15)	(-371)	(17)	(6)
Zins-/Währungsswaps	186	0	8	186	0	10	184	0	8
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(186)	(0)	(8)	(186)	(0)	(10)	(184)	(0)	(8)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	988	8	31	554	10	33	108	17	21
<b>Rohstoffbezogene Geschäfte</b>									
Terminkontrakte	7 Tsd. t 468 GWh	3	4	8 Tsd. t 647 GWh	3	3	3 Tsd. t 114 GWh	2	1
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(7 Tsd. t 468 GWh)	(3)	(4)	(8 Tsd. t 647 GWh)	(3)	(3)	(3 Tsd. t 114 GWh)	(2)	(1)
	<b>k. A.</b>	<b>11</b>	<b>43</b>	<b>k. A.</b>	<b>13</b>	<b>44</b>	<b>k. A.</b>	<b>18</b>	<b>27</b>

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. Das Nominalvolumen der Rohstoffkontrakte erfolgt für Dieselderivate in metrischen Tonnen (t), dies entspricht etwa 1.183 Litern, für Stromderivate in Gigawattstunden (GWh).

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 das Britische Pfund, den Chinesischen Renminbi, die Dänische Krone, den Japanischen Yen, den Polnischen Zloty, den Rumänischen Leu, den Russischen Rubel, den Schweizer Franken, die Tschechische Krone, die Türkische Lira, den Ungarischen Forint sowie den US-Dollar.

Folgende Fälligkeitstermine liegen bei den derivativen Finanzinstrumenten vor:

Mio. €	31.12.2012 Fair Values			30.9.2012 Fair Values			30.9.2013 Fair Values		
	Fälligkeitstermine			Fälligkeitstermine			Fälligkeitstermine		
	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
<b>Zinsbezogene Geschäfte</b>									
Zinsswaps	0	-8	0	0	-8	0	-5	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(-8)	(0)	(0)	(-8)	(0)	(-5)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
<b>Währungsbezogene Geschäfte</b>									
Devisentermingeschäfte/-optionen	-16	0	0	-13	0	0	4	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(-10)	(0)	(0)	(-4)	(0)	(0)	(-7)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-5)	(0)	(0)	(-9)	(0)	(0)	(11)	(0)	(0)
Zins-/Währungsswaps	0	-8	0	0	-10	0	0	-8	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(-8)	(0)	(0)	(-10)	(0)	(0)	(-8)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	-16	-8	0	-13	-10	0	4	-8	0
<b>Rohstoffbezogene Geschäfte</b>									
Terminkontrakte	-2	1	0	-2	2	0	0	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-2)	(1)	(0)	(-2)	(2)	(0)	(0)	(0)	(0)
	-18	-15	0	-15	-16	0	-1	-8	0

Unter den Fälligkeitsterminen sind die Fair Values der in diesen Zeiträumen fälligen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten anzuzeigen.

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 sind unter Nummer 29 „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ sowie unter Nummer 36 „Finanzschulden“ enthalten.

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 5.500 Mio. € (30.9.2012: 5.163 Mio. €; 31.12.2012: 8.640 Mio. €) widerspiegelt.

———— Nähere Angaben über die Höhe der jeweiligen Buchwerte sind unter Nummer 40 „Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien“ enthalten.

Die in den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten berücksichtigten Kassenbestände in Höhe von 105 Mio. € (30.9.2012: 137 Mio. €; 31.12.2012: 138 Mio. €) unterliegen dabei keinem Ausfallrisiko.

Im Zuge des Risikomanagements von Geldanlagen in Gesamthöhe von 2.308 Mio. € (30.9.2012: 1.722 Mio. €; 31.12.2012: 4.765 Mio. €) und derivativen Finanzinstrumenten in Gesamthöhe von 18 Mio. € (30.9.2012: 13 Mio. €; 31.12.2012: 11 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 Rating-Agenturen, 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 Rating-Klassen dargestellt:

Rating-Klassen		Volumen in %							Gesamt
		Geldanlagen							
Einstufung	Moody's	Standard & Poor's	Deutschland	Westeuropa ohne D.	Osteuropa	Asien und Übrige	Derivate mit positiven Marktwerten		
Investment-Grade	Aaa	AAA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>96,00</b>	
	Aa1 bis Aa3	AA+ bis AA-	0,20	1,10	2,30	1,00	0,10		
	A1 bis A3	A+ bis A-	28,20	27,80	4,90	8,10	0,70		
	Baa1 bis Baa3	BBB+ bis BBB-	12,70	6,60	1,70	0,60	0,00		
Non-Investment-Grade	Ba1 bis Ba3	BB+ bis BB-	0,00	1,30	2,10	0,00	0,00		
	B1 bis B3	B+ bis B-	0,00	0,00	0,00	0,10	0,00		
	C	C	0,00	0,00	0,30	0,00	0,00	<b>3,80</b>	
Kein Rating			0,20	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,20</b>	
			<b>41,30</b>	<b>36,80</b>	<b>11,30</b>	<b>9,80</b>	<b>0,80</b>	<b>100,00</b>	

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 „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ sind aus diesen Verträgen Forderungen in Höhe von 10 Mio. € (30.9.2012: 6 Mio. €; 31.12.2012: 6 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. Ein Teilbetrag der variabel verzinslichen Schuldposten wurde durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten gesichert. Anhand sogenannter „stress tests“ wird untersucht, welche Auswirkungen die Veränderungen des Zinsniveaus auf die Zahlungsströme haben könnten.

#### 44. Eventualverbindlichkeiten

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	15	16	<b>16</b>
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	51	46	<b>52</b>
	<b>66</b>	<b>62</b>	<b>68</b>

Die Eventualverbindlichkeiten haben sich im Berichtszeitraum nicht wesentlich verändert.

#### 45. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Nominalwert der sonstigen finanziellen Verpflichtungen im Rumpfgeschäftsjahr 2013 beträgt 664 Mio. € (30.9.2012: 679 Mio. €; 31.12.2012: 629 Mio. €) und beinhaltet im Wesentlichen Abnahmeverpflichtungen für Dienstleistungsverträge. Davon entfallen auf das zur Veräußerung vorgesehene Real-Geschäft in Osteuropa 4 Mio. € (30.9.2012: 18 Mio. €; 31.12.2012: 17 Mio. €).

Zu den Erwerbsverpflichtungen für sonstige immaterielle Vermögenswerte, Gegenstände des Sachanlagevermögens, Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen sowie für als Finanzinvestition gehaltene Immobilien wird auf Nummer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“, Nummer 20 „Sachanlagen“ und Nummer 21 „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“ verwiesen.

#### 46. Sonstige Rechtsangelegenheiten

##### Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf die Media-Saturn-Holding GmbH

Die METRO AG 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 AG beziehungsweise die METRO KFH das Recht, jeweils ein Beiratsmitglied mehr zu entsenden als die Minderheitsgesellschafter in ihrer Gesamtheit, und verfügt somit über die Mehrheit der Köpfe im Beirat.

Die von einem Minderheitsgesellschafter angerufene ordentliche Gerichtsbarkeit hat rechtskräftig zugunsten der METRO entschieden, dass der Beirat wirksam eingerichtet und für die Fragen der Zuständigkeit und Mehrheitserfordernisse des Beirats ein Schiedsgericht zuständig ist. In diesem Verfahren hat das Oberlandesgericht (OLG) München (Berufungsinanz) die Klage des Minderheitsgesellschafters am 9. August 2012 abgewiesen. Die gegen die Nichtzulassung der Revision durch das OLG München gerichtete Beschwerde des Minderheitsgesellschafters hat der Bundesgerichtshof (BGH) am 9. Juli 2013 zurückgewiesen.

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. Die METRO KFH hat im August 2012 einen Antrag zur Vollstreckbarkeitserklärung dieses Schiedsspruchs beim OLG München gestellt. Der Minderheitsgesellschafter der MSH hat beantragt, den Antrag von METRO KFH unter Aufhebung des Schiedsspruchs abzulehnen.

METRO rechnet damit, dass das OLG München den Schiedsspruch antragsgemäß für vollstreckbar erklären wird.

Mit der rechtskräftigen Entscheidung des OLG München in der Klage des Minderheitsgesellschafters und dem Schiedsspruch ist die Frage der Beherrschung der Media-Saturn-Gruppe aus Sicht der METRO geklärt, sodass im Einklang mit den Regelungen nach IFRS weiterhin eine Vollkonsolidierung der Media-Saturn-Gruppe erfolgt.

Der Beirat der MSH hat sich konstituiert und nimmt seine satzungsmäßigen Aufgaben wahr. Von dem Minderheitsgesellschafter entsandte Beiratsmitglieder haben allerdings mehrere Klagen gegen MSH vor dem Landgericht (LG) Ingolstadt erhoben und darin Beschlüsse des Beirats – unter anderem die Budgetbeschlüsse für 2012/13 und 2013/14 – angegriffen. Gerügt wird insbesondere, dass im Beirat eine Mehrheit von 80 Prozent erforderlich und diese Mehrheit nicht erreicht worden sei und ein Verstoß gegen die gesellschaftsvertragliche Kompetenzverteilung vorliege.

Eine dieser Klagen – im Zusammenhang mit der Zustimmung zur Aufstellung des Jahresabschlusses der MSH zum 30. September 2012 – wurde erstinstanzlich bereits abgewiesen. Die Erfolgsaussichten der übrigen Klagen sind nach Ansicht der METRO ebenfalls gering, insbesondere geht die METRO nicht von einer vom Schiedsspruch abweichenden Beurteilung der Frage der Mehrheitserfordernisse im Beirat aus.

##### Aktienrechtliche Klagen

Ein Aktionär der METRO AG hat Klage erhoben auf Feststellung der Nichtigkeit des festgestellten Jahresabschlusses der METRO AG zum 31. Dezember 2012 gestützt 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. Derselbe Aktionär hat darüber hinaus eine Anfechtungsklage unter anderem gegen die Beschlussfassung der Hauptversammlung vom 8. Mai 2013 über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2012 sowie die Wahl des Abschlussprüfers erhoben. Auch diese Klage stützt er inhaltlich im Wesentlichen auf die angebliche Nichtigkeit des Jahresabschlusses der METRO AG und die angeblich fehlerhafte Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe im Konzernabschluss der METRO AG. Die METRO AG sieht keinen Anlass, an der Rechtswirksamkeit des Jahresabschlusses, der auf dieser Grundlage erfolgten Beschlussfassung der Hauptversammlung über die Verwen-



derung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2012 und der übrigen Beschlussfassungen der Hauptversammlung zu zweifeln; die Argumentation des Klägers geht nach Ansicht der METRO AG insgesamt ins Leere. Der Jahresabschluss der METRO AG wurde gemäß den Bilanzierungsvorschriften des Handelsgesetzbuches erstellt. Der METRO AG steht mittelbar über ihre Tochtergesellschaft METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH die Mehrheit der Stimmrechte zu. Sie übt damit unwiderleglich nach § 290 Abs. 2 Nr. 1 HGB beherrschenden Einfluss auf die Media-Saturn-Holding GmbH aus und diese ist damit unzweifelhaft ein verbundenes Unternehmen im Sinne der für den Jahresabschluss maßgeblichen handelsrechtlichen Vorschriften. Im Übrigen ist die METRO AG nach wie vor der Auffassung, dass die Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe in der Vergangenheit und auch im nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind) aufgestellten Konzernabschluss zum 30. September 2013 zutreffend erfolgt ist. Selbst wenn die Einbeziehung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe in den Konzernabschluss der METRO AG aber fehlerhaft erfolgt wäre, würde dies die Rechtswirksamkeit des Jahresabschlusses der METRO AG nicht berühren, da für den Jahresabschluss ausschließlich die handelsrechtlichen Vorschriften und nicht die internationalen Rechnungslegungsvorschriften maßgeblich sind.

#### **Untersuchung des Bundeskartellamts**

Am 14. Januar 2010 durchsuchte das Bundeskartellamt ehemalige Geschäftsräume der MGB METRO GROUP Buying GmbH. Am 19. Dezember 2011 hat 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 resultiert 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 nimmt das Bundeskartellamt zum Anlass, die Untersuchung auf die Mutter- beziehungsweise Konzernobergesellschaft auszuweiten, um der Gefahr zu begegnen, dass der Verfahrensgegner infolge gesellschaftsrechtlicher Umstrukturierung wegfällt. Die Untersuchung des Bundeskartellamts dauert an; die Behörde hat bislang keine konkretisierten und individualisierten Tathandlungsvorwürfe gegen eine Gesellschaft der METRO GROUP erhoben. Daher können hinsichtlich möglicher Auswirkungen dieser Untersuchung in Bezug auf den Konzernabschluss der METRO AG zurzeit keine Angaben gemacht werden.

#### **Kartellverfahren in der Ukraine**

Die ukrainische Kartellbehörde führt aktuell ein Kartellverfahren gegen METRO Cash & Carry Ukraine und einen Großteil des modernen Einzelhandels in der Ukraine. In Beschwerdepunkten wurden die Vorwürfe dahingehend präzisiert, dass METRO Cash & Carry Ukraine mit einer Vielzahl von Einzelhändlern ein Einkaufspreiskartell und ein Verkaufspreiskartell durch Parallelverhalten und Zusammenarbeit mit einem Marktforschungsunternehmen gebildet hätte und für eine mögliche Sanktion auf den gesetzlichen – wie international üblichen – Bußgeldrahmen von bis zu 10 Prozent des Jahresumsatzes verwiesen. Die Vorwürfe sind nach Auffassung der METRO und ihrer Rechtsberater juristisch wie wettbewerbsökonomisch nicht haltbar. Eine umfassende Verteidigung gegen die Vorwürfe läuft.

#### **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. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt erwartet die METRO GROUP jedoch aus den in diesem Abschnitt nicht separat dargestellten Rechtsangelegenheiten keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO GROUP.

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.

**47. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2013) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (5. Dezember 2013) ist folgender Sachverhalt eingetreten, der für die Beurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung ist:

Aktuell führt die EU-Kommission eine Nachprüfung bei der Media-Saturn-Unternehmensgruppe in Deutschland wegen Verdachts auf Verstöße gegen das Kartellrecht durch. Die Nachprüfung bedeutet nicht, dass ein Rechtsverstoß vorliegt; das diesbezügliche Verfahren kann einige Zeit in Anspruch nehmen. Daher können hinsichtlich möglicher Auswirkungen dieser Nachprüfung auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der METRO AG und der METRO GROUP zurzeit keine Angaben gemacht werden.

**48. Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen**

Die METRO GROUP hatte im Rumpfgeschäftsjahr 2013 zu nahestehenden Unternehmen folgende Geschäftsbeziehungen:

Mio. €	31.12.2012	30.9.2012	30.9.2013
Erbrachte Leistungen	3	2	1
davon assoziierte Unternehmen	(0)	(0)	(0)
Erhaltene Leistungen	19	15	13
davon assoziierte Unternehmen	(5)	(4)	(2)
Forderungen aus erbrachten Leistungen	0	0	0
Verbindlichkeiten aus erhaltenen Leistungen	2	2	2

Unternehmen der METRO GROUP erbrachten im Rumpfgeschäftsjahr 2013 Leistungen in Höhe von 1 Mio. € an Unternehmen, die dem Kreis der nahestehenden Unternehmen zuzurechnen sind. Hierbei handelte es sich im Wesentlichen um Energie- und Vermietungsleistungen.

Die Leistungen in Höhe von 13 Mio. €, die Unternehmen der METRO GROUP im Rumpfgeschäftsjahr 2013 von nahestehenden Unternehmen erhalten haben, bestanden in Höhe von 8 Mio. € aus der Erbringung von Dienstleistungen und in Höhe von 5 Mio. € aus der Vermietung von Immobilien. Der Rückgang der erhaltenen Leistungen resultiert im Wesentlichen aus

der Beendigung von Mietverhältnissen mit nahestehenden Unternehmen.

Die Grundzüge des Vergütungssystems und die Höhe der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sind unter Nummer 50 „Vorstand und Aufsichtsrat“ aufgeführt.

Die Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Unternehmen sind vertraglich vereinbart und entsprechen Marktkonditionen. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 bestanden wie im Jahr 2012 keine Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden natürlichen Personen.

**49. Anteilsbasierte Vergütung für Führungskräfte**

Die METRO AG unterhält seit 1999 Programme für anteilsbasierte Vergütungen, 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.

**Performance Share Plan und Share Ownership Guidelines (2009–2013)**

Im Jahr 2009 hat die METRO AG einen auf fünf Jahre angelegten Performance Share Plan eingeführt.

Die Bezugsberechtigten erhalten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag für den Performance Share Plan (Zielwert). Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wird der Zielwert durch den Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich ist dabei der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Zuteilungszeitpunkt. Ein Performance Share berechtigt zu einer Barauszahlung 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 maximal 4,25 Jahren die endgültige Anzahl der auszuzahlenden Performance Shares bestimmt. Diese entspricht der Zielanzahl, wenn eine Gleichperformance 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 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 Zeitpunkt ihre Performance Shares ausgezahlt werden. 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.

Der Wert der im Rumpfgeschäftsjahr 2013 zugeteilten Performance Shares betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 23 Mio. € (12M 2012: 31 Mio. €) und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren (Monte-Carlo-Simulation) ermittelt. Es gelten folgende Bedingungen:

**Performance Share Plan (Tranchen 2009–2013)**

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares zum 30.9.2013
2009	August 2012	36,67 €	611.707
2010	August 2013	42,91 €	311.312
2011	August 2014	41,73 €	412.095
2012	April 2015	29,18 €	739.785
2013	April 2016	22,84 €	1.017.279

Aus der Tranche 2009 sowie aus der Tranche 2010, deren Sperrfrist im August 2012 beziehungsweise im August 2013 endete, erfolgte im Rumpfgeschäftsjahr 2013 keine Auszahlung.

Aus den im Rumpfgeschäftsjahr 2013 laufenden Tranchen anteilsbasierter Vergütungsprogramme ist ein Aufwand in Höhe von 7 Mio. € (9M 2012: Ertrag von 2 Mio. €; 12M 2012: Ertrag von 3 Mio. €) angefallen. Dieser resultiert im Wesentlichen aus der positiven Entwicklung der METRO-Aktie, die direkten Einfluss auf die Ermittlung der Verpflichtung hat.

Die damit im Zusammenhang stehenden Rückstellungen zum 30. September 2013 betragen 12 Mio. € (30.9.2012: 7 Mio. €; 31.12.2012: 6 Mio. €). Davon betreffen 0 Mio. € (30.9.2012: 0 Mio. €; 31.12.2012: 0 Mio. €) die Tranche 2009, 0 Mio. € (30.9.2012: 2 Mio. €; 31.12.2012: 3 Mio. €) die Tranche 2010, 2 Mio. € (30.9.2012: 2 Mio. €; 31.12.2012: 1 Mio. €) die Tranche 2011, 5 Mio. € (30.9.2012: 3 Mio. €; 31.12.2012: 2 Mio. €) die Tranche 2012 sowie 5 Mio. € die Tranche 2013.

**50. Vorstand und Aufsichtsrat  
Vergütung der Mitglieder des Vorstands  
im Rumpfgeschäftsjahr 2013**

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands setzt sich im Wesentlichen zusammen aus der Grundvergütung, den erfolgsbezogenen Ansprüchen (Short-Term Incentive) sowie der im Rumpfgeschäftsjahr 2013 gewährten anteilsbasierten Vergütung (Long-Term Incentive).

Die erfolgsabhängige Vergütung der Mitglieder des Vorstands wird im Wesentlichen durch die Entwicklung der Net Earnings und des Return on Capital Employed (RoCE) bestimmt und berücksichtigt darüber hinaus die Erreichung individuell gesetzter Ziele. Durch die Verwendung der Kennziffer Net Earnings in Kombination mit dem RoCE wird eine positive Ergebnisentwicklung der METRO GROUP honoriert. Der Kalkulation der erfolgsabhängigen Vergütung im Rumpfgeschäftsjahr 2013 wird ein voller Jahreszyklus (1. Januar bis 31. Dezember 2013) zugrunde gelegt. Die auf dieser Grundlage ermittelten Beträge werden sodann ratierlich auf den Neun-Monats-Zeitraum des Rumpfgeschäftsjahres gekürzt.

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands im Rumpfgeschäftsjahr 2013 beträgt 8,6 Mio. € (12M 2012: 9,3 Mio. €). Davon entfallen 2,6 Mio. € (12M 2012: 3,8 Mio. €) auf die Grundvergütung, 0,2 Mio. € (12M 2012: 0,5 Mio. €) auf erfolgsbezogene Ansprüche, 5,6 Mio. € (12M 2012: 4,5 Mio. €) auf die anteilsbasierte Vergütung und 0,2 Mio. € (12M 2012: 0,5 Mio. €) auf sonstige Vergütungen.

Die im Rumpfgeschäftsjahr 2013 gewährte anteilsbasierte Vergütung (Performance Shares) ist mit dem Fair Value zum Zeitpunkt ihrer Gewährung angegeben. Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen anteilsbasierter Vergütungsprogramme ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 0,644 Mio. €, betreffend Herrn Frese 0,391 Mio. €, betreffend Herrn Haas 0,221 Mio. €, betreffend Herrn Hutmacher 0,398 Mio. € und betreffend Herrn Muller 0,523 Mio. €.

Die Mitglieder des Vorstands erhielten 248.688 Performance Shares.

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 7,0 Mio. € (12M 2012: 8,3 Mio. €) erbracht. Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen für diese Personengruppe beträgt 54,1 Mio. € (31.12.2012: 55,1 Mio. €).

Die Angaben gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 a Satz 5 bis 9 HGB finden sich im ausführlichen Vergütungsbericht unter Kapitel 9 des zusammengefassten Lageberichts.

**Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder**

Die Gesamtvergütung sämtlicher Mitglieder des Aufsichtsrats für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 beträgt 1,4 Mio. € (12M 2012: 1,7 Mio. €).

Weitere Angaben zur Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder finden sich im ausführlichen Vergütungsbericht unter Kapitel 9 des zusammengefassten Lageberichts.

**51. Honorare des Konzernabschlussprüfers**

Für die erbrachten Dienstleistungen des Abschlussprüfers KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist das unten stehende Gesamthonorar berechnet worden.

Mio. €	12M 2012	9M 2012	9M 2013
Abschlussprüfung	8	5	7
Sonstige Bestätigungs- oder Prüfungsleistungen	2	1	2
Steuerberatungsleistungen	1	0	1
Sonstige Leistungen	4	2	2
	15	8	12

Es wurden ausschließlich Leistungen erbracht, die mit der Tätigkeit als Abschlussprüfer des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses der METRO AG vereinbar sind.

**52. Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex**

Vorstand und Aufsichtsrat haben im September 2013 eine Erklärung 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.

**53. Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 beziehungsweise 264 b HGB**

Nachfolgende inländische Tochtergesellschaften in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft beziehungsweise Personengesellschaft werden die Befreiungsvorschriften gemäß § 264 Abs. 3 und § 264 b HGB nutzen und deshalb auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen 2013 verzichten sowie überwiegend auch auf die Erstellung des (HGB-)Anhangs und Lageberichts.

**a) Operative Gesellschaften und Serviceeinheiten**

„Buch und Zeit“ Verlagsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln
CH-Vermögensverwaltung GmbH	Düsseldorf
DAYCONOMY GmbH	Düsseldorf
Dinea Gastronomie GmbH	Köln
emotions GmbH	Köln
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf
GALERIA Kaufhof GmbH	Köln
GALERIA Logistik GmbH	Köln
GALERIA Personalservice GmbH	Köln
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf
Kaufhof Trading GmbH	Köln
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 Beteiligungs Holding GmbH	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 Fünfzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf
METRO Group Accounting Center GmbH	Alzey
METRO INTERNATIONAL SUPPLY GmbH	Düsseldorf
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Linden
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Esstingen 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
METRO Zehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Zwölfte 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
MTT METRO Group Textiles Transport GmbH	Düsseldorf
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf
N & NF Trading GmbH	Düsseldorf
Nedema GmbH	Köln
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf
real,- Handels GmbH	Düsseldorf
real,- Holding GmbH	Alzey
real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey
SPORTARENA GmbH	Köln
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf
Zweite real,- Multi-Markt Verwaltungsgesellschaft mbH	Alzey
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey

**b) Immobiliengesellschaften**

1. Schaper Objekt GmbH & Co. Wächtersbach KG	Düsseldorf
2. Schaper Objekt GmbH & Co. Kiel KG	Düsseldorf
3. Schaper Objekt GmbH & Co. Erlangen 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 Grundbesitz GmbH	Düsseldorf
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf
ASSET Objekte Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen II KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen, Adalbertstraße 20-30 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aschaffenburg KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn, Acherstraße KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Darmstadt KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Dortmund KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Düsseldorf, Königsallee 1 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Frankfurt Hauptwache KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Freiburg im Breisgau KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hanau KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel, Obere Königstraße KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Krefeld II KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Leipzig KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mainz KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Düsseldorf

ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Nürnberg, Königstraße 42–52 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Offenbach KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Saarbrücken, Bahnhofstraße 82–92, 98–100 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Siegburg KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart Königstraße 6 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Bad Cannstatt Badstraße, Marktstraße 3 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Würzburg KG	Düsseldorf
ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
BAUGRU Immobilien – Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung & Co. Grundstücksverwaltung KG	Düsseldorf
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
BLK Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
DFI Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
Dorina Immobilien-Vermietungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs – Kommanditgesellschaft	Düsseldorf
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	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. 6. 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 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 Lager KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal Lager Nord KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Haibach 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 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 Rastatt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rinteln KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rüsselsheim 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
Horten Düsseldorf Berliner Allee GmbH	Düsseldorf
Horten Giessen GmbH	Düsseldorf
Horten GmbH	Düsseldorf
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Düsseldorf Carschhaus KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Erlangen KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Heidelberg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Heilbronn KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Hildesheim KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Ingolstadt KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Kempten KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Münster KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Pforzheim KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Reutlingen KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Schweinfurt KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Stuttgart KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Trier KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Ulm KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Wiesbaden KG	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstädt KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin Prerower Platz KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Halle KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Krefeld KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mannheim KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wuppertal-Elberfeld KG	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus am Alex GmbH	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus Rostock 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 PROPERTIES Energy Management GmbH <sup>1</sup>	Düsseldorf
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf
METRO PROPERTIES Holding GmbH	Düsseldorf
METRO PROPERTIES Management 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 Germersheim 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
Saabau-Verein Ulm GmbH	Düsseldorf
Schaper Grundbesitz-Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Secundus Grundstücksverwertungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Königstraße KG	Düsseldorf
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf
STW Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Pullach im Isartal
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Pullach im Isartal
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Pullach im Isartal
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Norden KG	Pullach im Isartal
Wirichs Immobilien GmbH	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH & Co. Objekt Herford KG	Düsseldorf
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Voerde und Kamen 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
Zentra Beteiligungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Zentra-Grundstücksgesellschaft mbH	Düsseldorf

<sup>1</sup> Die Gesellschaft macht von den Befreiungsmöglichkeiten des § 264 Abs. 3 HGB nur für den Lagebericht Gebrauch

**54. Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften**

Name	Sitz	Konzernanteile in %	Umsatzerlöse <sup>1</sup> Mio. €
<b>Holding-Gesellschaften</b>			
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
<b>Cash &amp; Carry</b>			
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	3.445
METRO Cash & Carry France S.A.S.	Nanterre, Frankreich	100,00	3.052
METRO Cash & Carry OOO	Moskau, Russland	100,00	2.943
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	90,00	1.637
METRO Italia Cash and Carry S. p. A.	San Donato Milanese, Italien	100,00	1.230
Makro Cash and Carry Polska S.A.	Warschau, Polen	100,00	1.127
Metro Grosmarket Bakirköy Alisveris Hizmetleri Ticaret Ltd. Sirketi	Istanbul, Türkei	100,00	907
Makro Autoservicio Mayorista S. A. U.	Madrid, Spanien	100,00	858
MAKRO Cash & Carry Belgium NV	Antwerpen, Belgien	100,00	841
METRO Distributie Nederland B. V.	Amsterdam, Niederlande	100,00	785
MAKRO Cash & Carry CR s.r.o.	Prag, Tschechien	100,00	767
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest, Rumänien	85,00	716
<b>SB-Warenhäuser</b>			
real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey, Deutschland	100,00	4.586
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey, Deutschland	100,00	1.158
real,- Sp. z o.o.i Spółka spółka komandytowa	Warschau, Polen	100,00	759
<b>Elektrofachmärkte</b>			
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	78,38	6.503
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	78,38	1.440
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	78,38	1.052
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	78,38	928
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	78,38	742
OOO Media-Markt-Saturn	Moskau, Russland	78,38	664
Media Saturn Holding Polska Sp.z.o.o	Warschau, Polen	78,38	586
<b>Warenhäuser</b>			
Galeria Kaufhof GmbH	Köln, Deutschland	100,00	1.846
INNO SA/NV	Brüssel, Belgien	100,00	131
<b>Sonstige Gesellschaften</b>			
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	4.027
MGB METRO Group Buying HK Limited	Hongkong, China	100,00	29
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	99,51	0
MIAG Commanditaire Vennootschap	Diemen, Niederlande	100,00	0
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0

<sup>1</sup> Inklusive einbezogener nationaler Tochtergesellschaften

## 55. Organe der METRO AG und ihre Mandate<sup>1</sup>

### Mitglieder des Aufsichtsrats

**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
  - secunet Security Networks AG
- 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,- Holding GmbH, bis 23. April 2013  
real,- SB-Warenhaus GmbH (stellv. Vorsitzender),  
seit 24. April 2013
- b) Keine

**Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner**

Wissenschaftliche Direktorin des Center for Entrepreneurial  
and Financial Studies (CEFS) an der Technischen Universität  
München

- a) Linde Aktiengesellschaft  
Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft  
Aktiengesellschaft, seit 3. Januar 2013
- b) Bank Vontobel AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat,  
bis 23. April 2013  
Vontobel Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat,  
bis 23. April 2013  
GDF SUEZ S.A., Paris, Frankreich – Verwaltungsrat

**Dr. Wulf H. Bernotat**

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  
Deutsche Annington Immobilien SE (Vorsitzender),  
seit 18. Juni 2013  
Deutsche Telekom AG
- b) Keine

**Ulrich Dalibor**

Bundesfachgruppenleiter Einzelhandel der Gewerkschaft ver.di

- a) Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

**Jürgen Fitschen**

Co-Vorsitzender des Vorstands der Deutsche Bank AG

- a) Keine
- b) Deutsche Bank S.p.A., Mailand, Italien – Aufsichtsrat  
(Vorsitzender)  
Deutsche Securities Saudi Arabia LLC, Riad, Königreich  
Saudi-Arabien – Board of Directors (Vorsitzender)  
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) Celesio AG  
TAKKT AG
- b) Keine

<sup>1</sup>Stand der Mandate: 5. Dezember 2013 beziehungsweise jeweils das Datum 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. 1 Satz 5, 2. Alt. AktG

**Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Erich Greipl**

Verstorben am 2. Juli 2013

Ehemaliger Geschäftsführer der

Otto Beisheim Group GmbH & Co. KG

- a) GALERIA Kaufhof GmbH, bis 2. Juli 2013  
METRO Großhandelsgesellschaft mbH, bis 2. Juli 2013  
real,- Holding GmbH, bis 23. April 2013  
real,- SB-Warenhaus GmbH, vom 24. April bis 2. Juli 2013  
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH, bis 10. April 2013
- b) BHS Verwaltungs AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat  
(Präsident), bis 2. Juli 2013  
Bürgschaftsbank Bayern GmbH – Verwaltungsrat  
(erster stellv. Vorsitzender), bis 2. Juli 2013

**Andreas Herwarth**

Vorsitzender des Betriebsrats der METRO AG

- a) Keine
- b) Grundstücksgesellschaft der Stadt Willich mbH –  
Aufsichtsrat (Vorsitzender)

**Uwe Hoepfel**

Stellv. Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der

GALERIA Kaufhof GmbH

- a) GALERIA Kaufhof GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

**Peter Küpfer**

Selbstständiger Unternehmensberater

- a) Keine
- b) ARH Resort Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat  
bmpi AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat  
Breda Consulting AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat  
Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG – Beirat  
GE Money Bank AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat  
(Präsident), bis 18. September 2013  
Holcim Ltd., Jona, Schweiz – Verwaltungsrat,  
bis 17. Juni 2013  
Peter Steiner Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat  
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, seit 27. Mai 2013  
real,- Holding GmbH, bis 23. April 2013  
real,- SB-Warenhaus GmbH, seit 24. April 2013
- b) Keine

**Prof. Dr. Klaus Mangold**

Bis 8. Mai 2013

Vorsitzender des Aufsichtsrats der Rothschild GmbH

- a) Continental AG  
TUI AG (Vorsitzender)  
Alstom Deutschland AG
- b) Alstom S.A., Paris, Frankreich – Verwaltungsrat  
Ernst & Young Global Ltd., New York,  
Vereinigte Staaten von Amerika – Global Advisory Board  
Rothschild Europe B.V., Amsterdam, Niederlande –  
Aufsichtsrat (stellv. Vorsitzender)  
Rothschild GmbH – Aufsichtsrat (Vorsitzender)

**Susanne Meister**

Seit 8. Mai 2013

Mitglied des Gesamtbetriebsrats der

Zweite real,-SB-Warenhaus GmbH

- a) Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH, seit 11. April 2013
- b) Keine

**Baroness Lucy Neville-Rolfe DBE CMG**

Seit 8. Mai 2013

Mitglied des House of Lords, London, England

Mitglied des Board of Directors der ITV plc, London, England

Beraterin

- a) Keine
- b) ITV plc, London, England – Board of Directors  
Boparan Holdings Limited, Wakefield, England –  
Board of Directors, seit 1. September 2013  
Hermes Equity Ownership Services Limited,  
London, England – Board of Directors, seit 1. Juli 2013

**Mattheus P. M. (Theo) de Raad**

Mitglied des Aufsichtsrats der Corbion N.V.

- a) Keine
- b) Corbion N.V. (ehemals CSM N.V.), Diemen, Niederlande – Aufsichtsrat  
HAL Holding N.V., Willemstad, Curaçao,  
Niederländische Antillen – Aufsichtsrat  
Vion N.V., Eindhoven, Niederlande – Aufsichtsrat  
Vollenhoven Olie Groep B.V., Tilburg, Niederlande – Aufsichtsrat

**Dr. Fredy Raas**

Seit 31. Juli 2013

Geschäftsführer der Otto Beisheim Holding GmbH, Baar, Schweiz und der Otto Beisheim Group GmbH & Co. KG

- a) Keine
- b) ARISCO Holding AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat  
Montana Capital Partners AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat  
SSZ Equipment AG, Zug, Schweiz – Verwaltungsrat

**Gabriele Schendel**

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

**Peter Stieger**

Bis 8. Mai 2013

Ehemaliger Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) real,- Holding GmbH (stellv. Vorsitzender), bis 23. April 2013
- b) Keine

**Angelika Will**

Vorsitzende des Betriebsrats des METRO Cash & Carry Großmarkts Düsseldorf

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH, bis 16. April 2013
- b) Keine

## Ausschüsse des Aufsichtsrats und deren Besetzung

### **Aufsichtsratspräsidium**

Franz M. Haniel (Vorsitzender)  
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)  
Dr. Wulf H. Bernotat  
Uwe Hoepfel

### **Personalausschuss**

Franz M. Haniel (Vorsitzender)  
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)  
Dr. Wulf H. Bernotat  
Uwe Hoepfel

### **Bilanz- und Prüfungsausschuss**

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler (Vorsitzender)  
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)  
Franz M. Haniel  
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)  
Uwe Hoepfel  
Dr. jur. Hans-Jürgen-Schinzler

## Mitglieder des Vorstands

### **Olaf Koch** (Vorsitzender)

- a) GALERIA Kaufhof GmbH (Vorsitzender), bis 27. Mai 2013  
METRO Großhandelsgesellschaft mbH, seit 16. April 2013  
(Vorsitzender, seit 14. Mai 2013)  
real,- Holding GmbH (Vorsitzender), bis 23. April 2013  
real,- SB-Warenhaus GmbH (Vorsitzender),  
seit 24. April 2013
- b) Media-Saturn-Holding GmbH – Beirut  
(Vorsitzender)  
MediaMarkt (China) International Retail Holding Limited,  
Hongkong, China – Board of Directors (Vorsitzender),  
bis 15. Oktober 2013  
MGB METRO Group Buying HK Limited, Hongkong,  
China – Board of Directors, bis 17. Juli 2013

### **Mark Frese**

- a) GALERIA Kaufhof GmbH (Vorsitzender, seit 28. Juni 2013)  
METRO Großhandelsgesellschaft mbH
- b) METRO Cash & Carry International Holding GmbH,  
Vösendorf, Österreich – Aufsichtsrat  
METRO Distributie Nederland B.V., Diemen,  
Niederlande – Aufsichtsrat  
METRO Finance B.V., Venlo, Niederlande – Aufsichtsrat  
METRO Reinsurance N.V., Amsterdam, Niederlande –  
Aufsichtsrat

### **Pieter Haas**

Seit 1. April 2013

- a) METRO SYSTEMS GmbH, seit 18. April 2013  
(Vorsitzender, seit 24. April 2013)
- b) Keine

### **Heiko Hutmacher** (Arbeitsdirektor)

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH  
real,- Holding GmbH, bis 23. April 2013  
real,- SB-Warenhaus GmbH, seit 24. April 2013
- b) Keine

### **Frans W. H. Muller**

Bis 31. März 2013

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH (Vorsitzender),  
bis 16. April 2013
- b) Makro Cash and Carry Polska S.A., Warschau, Polen –  
Aufsichtsrat, bis 31. März 2013  
MediaMarkt (China) International Retail Holding Limited,  
Hongkong, China – Board of Directors, bis 25. April 2013  
METRO Cash & Carry International Holding GmbH,  
Vösendorf, Österreich – Aufsichtsrat (Vorsitzender),  
bis 26. Februar 2013  
METRO Distributie Nederland B.V., Diemen, Niederlande –  
Aufsichtsrat, bis 31. März 2013  
METRO Dolomiti S.p.A., Mailand, Italien – Verwaltungsrat  
(Vorsitzender), bis 31. März 2013  
Metro Holding France S.A., Vitry-sur-Seine, Frankreich –  
Verwaltungsrat (Vorsitzender), bis 31. März 2013  
METRO Italia Cash and Carry S.p.A., Mailand, Italien –  
Verwaltungsrat (Vorsitzender), bis 31. März 2013  
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd., Shanghai,  
China – Board of Directors, bis 1. April 2013  
PT Paserda Indonesia, Jakarta, Indonesien – Aufsichtsrat  
(Vorsitzender), bis 31. März 2013

**56. Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns zum 30. September 2013 gemäß § 313 HGB**

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
<b>Konsolidierte Tochterunternehmen</b>			
„Buch und Zeit“ Verlagsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
1. Schaper Objekt GmbH & Co. Wächtersbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
2. CR Immobilien-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brandenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	1,00 <sup>1</sup>
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
24-7 ENTERTAINMENT SERVICES LIMITED	Bournemouth	Großbritannien	100,00
3. Schaper Objekt GmbH & Co. Erlangen KG	Düsseldorf	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 Grundbesitz GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Objekte Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen II KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen, Adalbertstraße 20-30 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aschaffenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn Münsterplatz KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn, Acherstraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Darmstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Dortmund KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Düsseldorf, Königsallee 1 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Frankfurt Hauptwache KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Freiburg im Breisgau KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hanau KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel, Obere Königstraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Krefeld II KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00



ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Leipzig KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mainz KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt München Rotkreuzplatz KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Nürnberg, Königstraße 42–52 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Offenbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Saarbrücken, Bahnhofstraße 82–92, 98–100 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Siegburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart Königstraße 6 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Bad Cannstatt Badstraße, Marktstraße 3 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Würzburg KG	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
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	94,00
BLK Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
CH-Vermögensverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
CJSC METRO Management Ukraine	Kiew	Ukraine	100,00
COM.TVmarkt Verwaltungs-GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Concarneau Trading Office SAS	Concarneau	Frankreich	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
DINEA Gastronomie GmbH	Köln	Deutschland	100,00
DINEA Gastronomie GmbH	Linz	Österreich	100,00
Dorina Immobilien-Vermietungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Doxa Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Mainz	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
Electronics Retail Real Estate Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
emotions GmbH	Köln	Deutschland	100,00
Fromentus Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Mainz	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken	Deutschland	50,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs – Kommanditgesellschaft	Düsseldorf	Deutschland	50,00
GALERIA Kaufhof GmbH	Köln	Deutschland	100,00
GALERIA Logistik GmbH	Köln	Deutschland	100,00

GALERIA Personalservice GmbH	Köln	Deutschland	100,00
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schaper Bremen-Habenhausen KG	Düsseldorf	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
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. 6. 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 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
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 Lager KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal Lager Nord 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 Gelsenkirchen KG	Düsseldorf	Deutschland	99,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Haibach 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 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 Rastatt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00

GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rinteln KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rüsselsheim 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
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Gourmedis (China) Trading Co., Ltd.	Guangzhou	China	100,00
GrandPari Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Hansa Foto-Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
Horten Düsseldorf Berliner Allee GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Giessen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Düsseldorf Carschhaus KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Erlangen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Heidelberg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Heilbronn KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Hildesheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Ingolstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Kempten KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Münster KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Pforzheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Reutlingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Schweinfurt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Stuttgart KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Trier KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Ulm KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Wiesbaden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ICS METRO Cash & Carry Moldova S.R.L.	Chisinau	Moldawien	100,00
Immobilien-Vermietungsgesellschaft von Quistorp GmbH & Co. Objekt Rostock KG	Düsseldorf	Deutschland	1,02 <sup>1</sup>
Imtron Asia Hong Kong Limited	Hongkong	China	100,00
IMTRON ELECTRONICA ESPAÑA	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Imtron GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Imtron Helvetia AG	Geroldswil	Schweiz	100,00
Imtron Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00

Imtron Sweden AB	Stockholm	Schweden	100,00
INKOS Verwaltung GmbH & Co. Vermietungs-KG	Pullach im Isartal	Deutschland	6,00 <sup>1</sup>
INNO SA/NV	Brüssel	Belgien	100,00
Innolux S.A.	Strassen	Luxemburg	100,00
Inpakcentrale ICN B.V.	Duiven	Niederlande	100,00
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf	Deutschland	100,00
JUKE GmbH	Berlin	Deutschland	100,00
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstädt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin Prerower Platz KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Halle KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Krefeld KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mannheim KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wuppertal-Elberfeld KG	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Kaufhof Trading GmbH	Köln	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus am Alex GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus Rostock GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
KUPINA Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
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	Antwerpen	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 Cash and Carry Wholesale S. A.	Athen	Griechenland	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 ALCALA DE GUADAIRA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Alcalá de Guadaíra	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCALÁ DE HENARES VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alcalá de Henares	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCORCON VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alcorcón	Spanien	99,90
Media Markt Alexandrium B.V.	Rotterdam	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT ALFAFAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alfafar	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALFRAGIDE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Alkmaar B.V.	Alkmaar	Niederlande	100,00
Media Markt Almere B.V.	Almere	Niederlande	90,10
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	90,10
Media Markt Amsterdam Akerpoort B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Media Markt Amsterdam Noord B.V.	Amsterdam	Niederlande	90,10
Media Markt Amstetten TV-Hifi-Elektro GmbH	Amstetten	Österreich	90,00
Media Markt Arena B.V.	Amsterdam	Niederlande	90,10
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	90,00
Media Markt Arnhem B.V.	Arnhem	Niederlande	90,10
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	90,00
Media Markt Basel Stücki AG	Basel	Schweiz	90,00
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	90,10
Media Markt Biel-Brügg AG	Brügg 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	90,01

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	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-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cartagena	Spanien	99,90
MEDIA MARKT CASTELLÒ DE LA Plana VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Castellòn 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 CCCIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCX 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 CCCXIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXIX 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 CCCXXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXVII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXXI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXXII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXXIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXXIV 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 CCLXVI 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 CCLXXVIII 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 CCXC 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 CCXCIV 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 CCXCVII 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 CCXLIX 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	99,90
Media Markt Chur AG	Chur	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT CLII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
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-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	90,10
MEDIA MARKT Debrecen Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Debrecen	Ungarn	90,00
Media Markt Den Haag B.V.	Den Haag	Niederlande	90,10
Media Markt Deventer B.V.	Deventer	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT DIAGONAL MAR-BARCELONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Barcelona	Spanien	99,90
MEDIA MARKT DONOSTI VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Donosti	Spanien	99,90
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-290 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT E-293 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt E-Business GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt E-Commerce AG	Geroldswil	Schweiz	90,00
Media Markt Ede B.V.	Ede	Niederlande	90,10
Media Markt Eindhoven B.V.	Eindhoven	Niederlande	90,10
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	100,00
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.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT FINESTRAT S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT GAIA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT GANDIA S.A.	Valencia-Gandia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GAVÁ 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-Bäckebo TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Göteborg-Högsbo TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
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 B.V.	Groningen	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT Győr Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Győr	Ungarn	100,00
Media Markt Heerlen B.V.	Heerlen	Niederlande	90,10
Media Markt Helsingborg TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Hengelo B.V.	Hengelo	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT Herstal SA	Herstal	Belgien	90,00
Media Markt Hoorn B.V.	Hoorn	Niederlande	90,10
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.U.	Madrid	Spanien	100,00
MEDIA MARKT Jemappes/Mons SA	Mons	Belgien	90,00
MEDIA MARKT JEREZ DE LA FRONTERA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Cádiz	Spanien	99,90
Media Markt Jönköping TV-Hifi- Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Kalmar TV-Hifi-Elektro AB	Kalmar	Schweden	100,00
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 Kriens AG	Kriens	Schweiz	90,00
Media Markt Kristianstad TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
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	90,10
MEDIA MARKT LEGANES 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 Place Saint-Lambert SA	Liège	Belgien	100,00
Media Markt Linköping TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Linz TV-Hifi-Elektro GmbH	Linz	Österreich	90,00
MEDIA MARKT LLEIDA, S.A.	Lleida	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOGRONO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Logrono	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LORCA S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOS BARRIOS VÍDO-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 Lyssach AG	Lyssach	Schweiz	90,00
Media Markt Maastricht B.V.	Maastricht	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT MADRID CASTELLANA S.A.U.	Madrid	Spanien	100,00
MEDIA MARKT MADRID PLENILUNIO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MADRID-VILLVERDE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Majadahonda Video-TV-Hifi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Majadahonda	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MALAGA-CENTRO VÍDO-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	100,00
MEDIA MARKT MAMMUT Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
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	90,10
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 Muri b. Bern AG	Muri bei Bern	Schweiz	100,00

MEDIA MARKT NASCENTE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
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	Eisenstadt	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.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
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. 21 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. 9 Sp. z o.o. 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. 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. Gdańsk II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdynia I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Głogów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gorzów Wielkopolski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kalisz 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 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. Nowy Sącz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Piotrków Trybunalski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Płock 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	90,00
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. Stupsk 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. Wąbrzych Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zamość Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zielona Góra 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. Czeladź Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z.o.o. Częstochowa Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z.o.o. Gdańsk I 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. Kraków I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
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. 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. Poznań I 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. Szczecin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
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 Pólus Center Video TV Hifi Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Pratteln AG	Pratteln	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT PUERTO REAL VIDEO-TV-HIFI-ELECTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cádiz	Spanien	99,90
MEDIA MARKT QUART DE POBLET, S.A.	Quart de Poblet	Spanien	99,90
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	90,10
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-ELECTRO-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 Schönbühl (Moosseedorf) AG	Moosseedorf	Schweiz	90,00
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	90,01
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	100,00
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
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 The Corner B.V.	Rotterdam	Niederlande	90,10
Media Markt Thun AG	Thun	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT TOLEDO S.A.	Toledo	Spanien	99,90
Media Markt TV-HiFi-Elektro Athens II Commercial Anonymi Eteria	Athen	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.	Leonding	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 Dürrenheim	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	Schwentental	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	Schiffdorf-Spaden	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 & Co. KG Bruchsal	Bruchsal	Deutschland	100,00
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 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
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Hohenschönhausen	Berlin	Deutschland	100,00
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-Schöneweide	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 Bernau	Bernau bei Berlin	Deutschland	100,00
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 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	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	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dorsten	Dorsten	Deutschland	100,00
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	Ahrenfelde-Eiche	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Elmshorn	Elmshorn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Emden	Emden	Deutschland	90,00
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 Gießen	Gießen	Deutschland	90,00
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-Lieblos	Gründau-Lieblos	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Günthersdorf	Günthersdorf	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	90,00
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	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hückelhoven	Hückelhoven	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Idar-Oberstein	Idar-Oberstein	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Itzehoe	Itzehoe	Deutschland	90,00
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	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Karlsruhe	Karlsruhe	Deutschland	90,05
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	90,00
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	100,00
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	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Leipzig-Paunsdorf	Leipzig	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lichtenfels	Lichtenfels	Deutschland	100,00
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	100,00
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 Meppen	Meppen	Deutschland	100,00
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
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Haidhausen	München	Deutschland	95,00
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	100,00
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 Neutraubling	Neutraubling	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 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 Peine	Peine	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Pforzheim	Pforzheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Pirmasens	Pirmasens	Deutschland	100,00
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	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rendsburg	Rendsburg	Deutschland	100,00
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 Riesa	Riesa	Deutschland	100,00

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	100,00
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	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schleswig	Schleswig	Deutschland	100,00
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	100,00
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-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 Wilhelmshaven	Wilhelmshaven	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
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 B.V.	Utrecht	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT VALÈNCIA-CAMPANAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	València	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VALLADOLID VÍDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Valladolid	Spanien	99,90
Media Markt Västerås TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Växjö TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Verbund Heilbronn-Franken GmbH	Heilbronn	Deutschland	92,00
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	100,00
Media Markt Wien XXII TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	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 ZARAGOZA PUERTO VENECIA VÍDEO-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	90,10
Media Markt Zürich AG	Zürich	Schweiz	100,00
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 Administrativo, Lda.	Lissabon	Portugal	100,00
Media Saturn Electronics Hellas Commercial and Holding Anonymi Eteria	Athen	Griechenland	100,00
Media Saturn Holding Polska Sp.z.o.o.	Warschau	Polen	100,00
Media Saturn Management AG	Geroldswil	Schweiz	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
Media Saturn Power Service AG	Geroldswil	Schweiz	100,00
Mediamarket S.p.A. con Socio Unico	Curno	Italien	100,00
MediaMarkt (China) International Retail Holding Limited	Hongkong	China	100,00
MediaMarkt (Shanghai) Commercial & Trading Company Limited	Shanghai	China	100,00
MediaMarkt (Shanghai) Consulting Service Company Limited	Shanghai	China	100,00
MEDIA-Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aachen	Aachen	Deutschland	90,00
MediaOnline GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA-SATURN (PORTUGAL), SGPS, UNIPessoal LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media-Saturn China-Holding GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn China-Holding Limited	Hongkong	China	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
MEM METRO Group Energy Production & Management Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
METRO (Changchun) Property Service Co. Ltd.	Changchun	China	100,00
Metro Accounting Center of Excellence Private Limited	Pune	Indien	100,00
METRO Achtzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Beteiligungs Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Asia Pacific Holding GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
Metro Cash & Carry Brunthal GmbH & Co. KG	Brunthal	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Bulgaria EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO Cash & Carry Central Asia Holding GmbH	Vösendorf	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	Kaliningrad	Rusland	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	Vösendorf	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 Limited Liability Partnership	Almaty	Kasachstan	100,00
Metro Cash & Carry Nederland B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry 000	Moskau	Rusland	100,00
METRO Cash & Carry Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	73,00
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest	Rumänien	85,00
METRO Cash & Carry SR s.r.o.	Ivanka pri Dunaji	Slowakei	100,00
METRO Cash & Carry Ukraine Ltd.	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Cash & Carry Vietnam Ltd.	Ho-Chi-Minh-Stadt	Vietnam	100,00
Metro Cash & Carry Wines	Hyderabad	Indien	99,99
METRO Central East Europe GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Danmark Holding ApS	Glostrup	Dänemark	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 FIM S.p.A.	Ciniselto Balsamo	Italien	100,00
METRO Finance B. V.	Venlo	Niederlande	100,00
Metro France Immobiliere S. a. r. l.	Nanterre	Frankreich	100,00
METRO Fünfzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	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 Property Ukraine Limited Liability Company	Kiew	Ukraine	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 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 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
METRO LOGISTICS Germany 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 Danmark ApS	Glostrup	Dänemark	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	99,93
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 Services Sp.z o. o.	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 (Hefei) Co. Ltd.	Hefei	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 (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 (Xian) Co., Ltd.	Xi'an	China	100,00
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	Warschau	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	Vösendorf	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	Moskau	Russland	100,00
METRO Zehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Zwölfte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	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 Polska Sp. z o.o. i Spółka Sp.k.	Warschau	Polen	100,00
MGA METRO Group Advertising Polska Spółka z ograniczona odpowiedzialoscia	Warschau	Polen	100,00
MGA METRO Group Advertising Rus OOO	Moskau	Russland	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 İletişim ve Enformasyon Ticaret Limited Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MGL LOGISTICS SERVICES GREECE Eteria Periorismenis Efthinis	Agios Ioannis Rentis	Griechenland	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	Moskau	Russland	100,00
MGL METRO Group Logistics Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
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
MGL METRO Group Lojistik Hizmetleri Ticaret Limited sirketi	Istanbul	Türkei	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 B.V.	Venlo	Niederlande	100,00
MIAG Commanditaire Vennootschap	Diemen	Niederlande	100,00
MIAG RUS Limited Liability Company	Kotelniki	Russland	100,00
MIB METRO Group Insurance Broker GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIB Services (UK) Ltd	Manchester	Großbritannien	100,00
MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIP METRO Group Intellectual Property Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MMS 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



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 Digital Download S.a.r.l.	Esch-sur-Alzette	Luxemburg	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 Powerservice GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
MTE Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Duisburg oHG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
MTT METRO Group Textiles Transport GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
multi media Kommunikationstechnik Zwei GmbH	Heilbronn	Deutschland	100,00
multi media Service GmbH	Heilbronn	Deutschland	90,00
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
my-xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	100,00
N & NF Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Nedema GmbH	Köln	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 <sup>1</sup>
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
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
OOO „CE trading solutions“	Moskau	Russland	100,00
OOO Media-Markt-Saturn	Moskau	Russland	100,00
OOO Media-Saturn-Russland	Moskau	Russland	100,00
OOO Saturn	Moskau	Russland	100,00
OOO xplace	Moskau	Russland	100,00
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Aachen SB-Warenhaus KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Krefeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Bitterfeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 <sup>1</sup>
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Hürth KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Stralsund KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 <sup>1</sup>
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Vermietungs-KG	Pullach im Isartal	Deutschland	1,00 <sup>1</sup>
PayRed Card Services AG	Geroldswil	Schweiz	100,00

Peoplefone Beteiligungsgesellschaft mbH	Ingolstadt	Deutschland	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 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 , - Sp. z o.o. i Spółka spółka komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Real Estate Management Misr Limited Liability Company	Kairo	Ägypten	100,00
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Handels GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Hipermarketler Zinciri Anonim Sirketi	Istanbul	Türkei	99,82
real,- Holding GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
real,- Spółka z ograniczona odpowiedzialnoscia	Warschau	Polen	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
Retail Real Estate Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
ROSARIA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gerlingen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00 <sup>1</sup>
Rotterdam Trading Office B.V.	Diemen	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
Saalbau-Verein Ulm GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
SAS REDCOON FRANCE	Villepinte	Frankreich	100,00

Saturn Amersfoort B.V.	Amersfoort	Niederlande	100,00
Saturn Amsterdam ODE B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Saturn Athens III Commercial Anonymi Eteria	Athen	Griechenland	100,00
SATURN Brugge NV	Brügge	Belgien	90,00
Saturn Dordrecht B.V.	Dordrecht	Niederlande	100,00
SATURN E502 ELECTRO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN E-515 Electro, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN E-516 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 m.b.H.	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-Märkische Zeile	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Marzahn	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Potsdamer Platz	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 Bochum	Bochum	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-Habenhausen	Bremen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bremerhaven	Bremerhaven	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Celle	Celle	Deutschland	100,00

Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Chemnitz	Chemnitz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Chemnitz-Zentrum	Chemnitz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Darmstadt	Darmstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Delmenhorst	Delmenhorst	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dessau	Dessau-Roßlau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dortmund	Dortmund	Deutschland	90,01
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	100,00
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	95,00
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	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Heidelberg	Heidelberg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Herford	Herford	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hildesheim	Hildesheim	Deutschland	90,00
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	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kaiserslautern	Kaiserslautern	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Karlsruhe-Durlach	Karlsruhe	Deutschland	90,00
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	100,00
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	90,07
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 Nürnberg	Nürnberg	Deutschland	90,01
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 Regensburg	Regensburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Remscheid	Remscheid	Deutschland	90,05
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 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 Witten	Witten	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wolfsburg	Wolfsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wuppertal-Barmen	Wuppertal	Deutschland	100,00
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 Groningen B.V.	Groningen	Niederlande	90,10
Saturn Haid Electro-Handelsges.m.b.H.	Haid	Österreich	90,00
Saturn Heerhugowaard B.V.	Heerhugowaard	Niederlande	90,10
Saturn Hoofddorp B.V.	Hoofddorp	Niederlande	90,10
Saturn Innsbruck Electro-Handelsges.m.b.H.	Innsbruck	Österreich	90,00
Saturn Klagenfurt Electro-Handelsges.m.b.H.	Klagenfurt	Österreich	90,00
SATURN Kortrijk NV	Kortrijk	Belgien	90,00
Saturn Leidsche Rijn B.V.	Utrecht	Niederlande	90,10
SATURN Liège Médiacité SA	Liège	Belgien	100,00
Saturn Luxembourg S.A.	Luxemburg	Luxemburg	100,00
SATURN MADRID-PLENILUNIO ELEKTRO, S.A.U.	Madrid	Spanien	100,00
Saturn Mega Markt GmbH Wuppertal	Wuppertal	Deutschland	90,05
SATURN Meir Antwerpen NV	Antwerpen	Belgien	100,00
SATURN MURCIA THADER ELECTRO, S.A.	Murcia	Spanien	99,90
Saturn Nieuwegein B.V.	Nieuwegein	Niederlande	90,10
Saturn online GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
SATURN OVIEDO ELECTRO, S.A.U.	Oviedo	Spanien	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. 17 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 18 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. 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	100,00
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
Saturn Planet Sp. z o.o. Lubin 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	100,00
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 Rotterdam Zuidplein BV	Rotterdam	Niederlande	100,00
SATURN SAN JUAN DE AZNALFARACHE ELECTRO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN SAN SEBASTIAN DE LOS REYES ELECTRO, S.A.	Madrid	Spanien	99,90
Saturn Spijkenisse B.V.	Spijkenisse	Niederlande	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	90,09
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Sankt Augustin	Deutschland	90,09
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	Athen	Griechenland	100,00
Saturn Tilburg B.V.	Tilburg	Niederlande	90,10
Saturn Venlo B.V.	Venlo	Niederlande	90,10
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 Witrijk NV	Witrijk	Belgien	90,00
Saturn Zaandam B.V.	Zaandam	Niederlande	100,00
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
Secundus Grundstücksverwertungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Königstraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
SEZAM XVI Closed-end Non-public Asset Investment Fund	Warschau	Polen	100,00
SIG Import GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf	Deutschland	92,00
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
SOLUM Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Promohypermarkt Donaueschingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00 <sup>1</sup>
SOLUM Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Promohypermarkt Köln KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00 <sup>1</sup>
SPORTARENA GmbH	Köln	Deutschland	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
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,90 <sup>1</sup>
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,90 <sup>1</sup>
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,90 <sup>1</sup>
TALEA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Norden KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,90 <sup>1</sup>
Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	60,00
TIMUG GmbH & Co. Objekt Homburg KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
Trading Office Gida Ticaret Ltd. Şti	Antalya	Türkei	100,00
VALENCIA TRADING OFFICE, S.L.	Madrid	Spanien	100,00
VR-LEASING METRO GmbH & Co. Objekte Rhein-Neckar KG	Eschborn	Deutschland	0,00 <sup>1</sup>
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf	Deutschland	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	63,64
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Voerde und Kamen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
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 SL	Barcelona	Spanien	100,00



Xi'an METRO Commercial and Trading Company Limited	Xi'an	China	100,00
XPLACE DIJITAL COZÜM TICARET LIMITED SIRKETI	Istanbul	Türkei	100,00
xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	50,01
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
Zentra Beteiligungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Zentra-Grundstücksgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Zeta Capital B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
Zweite real,- Multi-Markt Verwaltungsgesellschaft mbH	Alzey	Deutschland	100,00
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
<b>Gemeinschaftsunternehmen</b>			
Intercompra LDA	Lissabon	Portugal	50,00
MAXXAM B.V.	Ede	Niederlande	25,00
MAXXAM C.V.	Ede	Niederlande	25,00
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
METSPA d.o.o. za trgovinu	Zagreb	Kroatien	50,00
<b>Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen</b>			
European EPC Competence Center GmbH	Köln	Deutschland	30,00
Habib METRO Pakistan (Pvt) Ltd	Karachi	Pakistan	40,00
Iniziativa Methab s.r.l.	Bozen	Italien	50,00
OPCI FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP	Paris	Frankreich	30,74
OPCI FRENCH WHOLESALE STORES – FWS	Paris	Frankreich	25,00
Peoplefone Polska Spółka Akcyjna	Warschau	Polen	49,00

**Nicht nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen**

EZW Kauf- und Freizeitpark GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Bremen	Deutschland	49,00 <sup>2</sup>
EZW Kauf- und Freizeitpark Verwaltungs-GmbH	Bremen	Deutschland	49,04 <sup>2</sup>
IFH Institut für Handelsforschung GmbH	Köln	Deutschland	16,67 <sup>2</sup>
Metro plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	20,00 <sup>2</sup>

**Beteiligungen**

Booker Group PLC	Wellingborough	Großbritannien	9,08
EKS Handelsgesellschaft mbH	Salzburg	Österreich	25,00
EKS Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	Salzburg	Österreich	25,00
Elbrus Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankfurt-Zeil KG	Mainz	Deutschland	94,00
Erschließungsgesellschaft Schwerin-Krebsförden mbH & Co. Kommanditgesellschaft	Lüneburg	Deutschland	18,18
Fachmarktzentrum Essen GmbH & Co. KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,00
Fiege Mega Center Erfurt GmbH & Co. KG	Nesse-Apfelstädt	Deutschland	49,00
Fiege Mega Center Erfurt Verwaltungs GmbH	Nesse-Apfelstädt	Deutschland	49,00
Flip4 GmbH	Friedrichsdorf	Deutschland	16,00
GSSI Consortium GbR	Düsseldorf	Deutschland	7,69
MobiLab Solutions GmbH	Köln	Deutschland	13,68
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
Stadtmarketinggesellschaft Hamm mbH	Hamm	Deutschland	6,25
Verwaltungsgesellschaft Lebensmittelgesellschaft „GLAWA“ mbH & Co. KG	Hamburg	Deutschland	18,75
VR-LEASING MUSCARI GmbH & Co. Immobilien KG	Eschborn	Deutschland	94,00

<sup>1</sup> Einzubeziehen nach SIC-12<sup>2</sup> Keine Bilanzierung nach der Equity-Methode wegen untergeordneter Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

5. Dezember 2013

Der Vorstand



OLAF KOCH



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.

5. Dezember 2013

Der Vorstand



**OLAF KOCH**



**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 Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar bis 30. September 2013 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 zusammengefassten Lagebericht 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 berücksich-

tigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und zusammengefassten Lagebericht 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 zusammengefassten Lageberichts. 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 zusammengefasste Lagebericht 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 5. Dezember 2013

## KPMG AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

**LURWEG**

Wirtschaftsprüfer

**KLAASSEN**

Wirtschaftsprüfer

4

METRO GROUP 2013

*Der  
Service*

# Der Service

---

- S. 341** Glossar
- S. 347** Stichwortverzeichnis
- S. 350** Mehrjahresübersicht
- S. 351** Information
- S. 353** Finanzkalender 2013/14

Von: Projektkoordinatorin „Kooperation Wolfgang Joop“ <Giordana.Weis@kaufhof.de>

An: Category\_Managerin Damenkonfektion <Uta.Gaepel@kaufhof.de>

Betreff: Trachtenoutfit „Alpine Couture“

Gesendet: 16. September 2013, 9:47 Uhr MEZ+1

---

Liebe Frau Gäpel,

anbei sende ich Ihnen die Skizzen von Wolfgang Joop zum Trachtenoutfit „Alpine Couture“. Wir finden sie großartig! Vor allem der Hut hat es meinem Team angetan, zumindest den weiblichen Teammitgliedern : )

Auch in diesem Jahr hat Herr Joop gemeinsam mit unserem Kreativteam wieder ein ganz besonderes Outfit für die Oktoberfestsaison realisiert. Begeistert hat uns vor allem die moderne Interpretation: Die „Alpine Couture“-Entwürfe zeigen eine elegante und überzeugende Alternative zum klassischen Dirndl aus dem vergangenen Jahr.

Ich bin gespannt, wie Ihnen die Entwürfe gefallen!

Liebe Grüße

Giordana Weis

Giordana Weis  
Galeria Kaufhof GmbH  
Projektkoordination Marketing



Leonhard-Tietz-Straße 1  
50676 Köln

Tel.: +49 221 223-7518

Fax: +49 221 223-5912

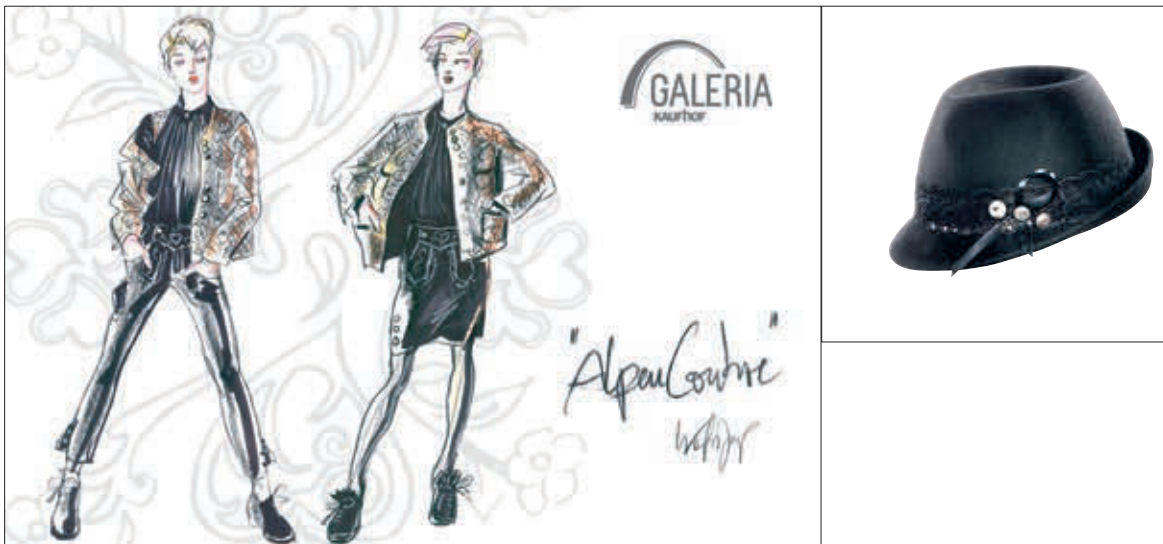
E-Mail: Giordana.Weis@kaufhof.de

Sitz der Ges.: Köln · Eingetr.: Amtsgericht Köln HRB Nr. 64081 · UST-ID DE811142395 · WEEE-Reg.-Nr. DE80848593

[www.galeria-kaufhof.de](http://www.galeria-kaufhof.de) · Member of METRO GROUP · Vorsitzender des Aufsichtsrats: Mark Frese

Geschäftsführung: Lovro Mandac (Vorsitzender), Rolf Boje, Thomas Fett, Ullrich Köster, Thomas Storck

 **SAVE PAPER – THINK BEFORE YOU PRINT**







# GLOSSAR

## A

---

### **Anti-Fraud-Maßnahmen**

Vorbeugung gegen, Entdeckung von sowie Reaktion auf interne betrügerische Handlungen.

### **Aquaculture Stewardship Council (ASC)**

Das ASC 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 Aquaculture Stewardship Council wurde 2010 von der Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) und der Dutch Sustainable Trade Initiative (IDH) gegründet.

### **Asset-Management**

Erwerb, Entwicklung, Bewirtschaftung und Verkauf von Immobilien. Bei der METRO GROUP ist dafür METRO PROPERTIES zuständig.

### **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, CO<sub>2</sub>-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.

## C

**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.

**Core-Immobilie**

Hochwertig vermietete Immobilie in attraktiver Lage.

## D

**Discounter**

Vertriebsformat, das durch ein begrenztes Sortiment und eine aggressive Niedrigpreispolitik gekennzeichnet ist.

**Distanzhandel**

Kauf und Verkauf über eine gewisse Entfernung hinweg. Kunden nehmen die Ware nicht beim Händler vor Ort in Augenschein, sondern bestellen über Internet, Katalog, Telefon oder anhand von Produktmustern.

**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.

**Due Diligence**

Sorgfältige Prüfung eines Unternehmens durch einen potenziellen Käufer. Die Due Diligence erfolgt insbesondere im Hinblick auf die wirtschaftlichen, steuerlichen und finanziellen Verhältnisse des Unternehmens. Sie soll sicherstellen, dass die Voraussetzungen zutreffen, auf die sich ein Angebot für den Kauf eines Unternehmens bezieht. Die Due Diligence zielt darüber hinaus darauf ab, alle relevanten Risiken zu identifizieren.

## E

**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.

**Elektrofachmarkt**

Großes Einzelhandelsgeschäft, das auf die Sortimente Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte, Neue Medien, Telekommunikation, Computer und Foto spezialisiert ist. Media Markt und Saturn sind die Elektrofachmärkte der METRO GROUP.

## F

### Facility-Management

Verwaltung und Bewirtschaftung von Gebäuden und Anlagen sowie gebäudespezifische Dienstleistungen mit dem Ziel, Kosten zu senken, die technische Verfügbarkeit zu sichern und den Wert langfristig zu erhalten.

### 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

Das flächenbereinigte Umsatzwachstum 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.

### Flagship-Store

Wörtlich übersetzt: Flaggschiffgeschäft. Flagship-Stores sind prestigeträchtige Vorzeigestandorte, die das Image eines Händlers besonders stark widerspiegeln und sich durch ihre Größe, Lage, Ausstattung und Mitarbeiterzahl von weiteren Märkten des Unternehmens abheben. Flagship-Stores dienen auch dazu, neue Technologien und Konzepte in der Praxis zu erproben.

### 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 Lebensmittellieferanten bewerten.

### GLOBALGAP

Privatwirtschaftliche Organisation zur Zertifizierung von Agrarprodukten und Aquakulturen. Der weltweit gültige Standard für „gute Agrarpraxis“ (G.A.P.) geht auf die Initiative europäischer Handelsunternehmen zurück.

### Governance

Vorgaben zum Führen und Kontrollieren von Akteuren, die Einfluss auf ein Unternehmen haben.

### Großhandel

Handelsform, bei der Waren an gewerbliche Wiederverkäufer, weiterverarbeitende Unternehmen oder gewerbliche Verwender veräußert werden. METRO Cash & Carry ist die Großhandelspartei der METRO GROUP.

---

## 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.

---

## 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 Accounting Standards Committee Foundation (IASCF).

### **IFRS (International Financial Reporting Standards)**

Internationale Vorschriften für die Rechnungslegung. Im Unterschied zum handelsrechtlichen Jahresabschluss steht bei den IFRS die anlegerorientierte Informationsfunktion im Vordergrund.

### **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

### **Kommissionierung**

Zusammenstellung von Waren in einer vorgegebenen Menge und ihre Bereitstellung für die Auslieferung.

### **Kommissionsgeschäft**

Ein Handelsgeschäft, das ein Unternehmer im eigenen Namen, aber auf fremde Rechnung eines Auftraggebers abschließt. Bei einem sogenannten echten Kommissionsgeschäft liefert der Hersteller die Ware an den Händler und ermächtigt diesen zum Verkauf, ohne dafür eine Gegenleistung zu erhalten. Erst bei einer Veräußerung an einen Kunden wird der vereinbarte Preis an den Hersteller gezahlt. Er trägt somit das volle Risiko.

---

## 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 Value 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 Internet-Shops.

### **METRO GROUP Future Store Initiative**

Zusammenschluss von Unternehmen aus Handel, Konsumgüterindustrie, Informationstechnologie, Dienstleistungsbranche sowie Forschung und Wissenschaft. Gemeinsam treiben die Partner den Modernisierungsprozess im Handel voran.

### **Mobile Commerce**

Sonderform des E-Commerce. Die elektronische Vermarktung und der Handel mit Waren und Dienstleistungen erfolgen hierbei über mobile Endgeräte, beispielsweise Smartphones.

## N

---

### **Net Earnings**

Jahresüberschuss eines Unternehmens. Über die Verwendung beschließt die Hauptversammlung.

### **Nicht-Lebensmittel**

Andere Bezeichnung für Bedarfsgegenstände im Sortiment des Handels.

### **No-Line-Handel**

Bezeichnung für eine Entwicklungsstufe des Mehrkanalvertriebs, bei der alle Absatzkanäle – online wie offline – maximal vernetzt und integriert sind.

## P

---

### **Performance Share**

Erfolgsabhängige Beteiligung. Ein Performance Share berechtigt den Besitzer zu einer Barauszahlung in Höhe des Aktienkurses.

### **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

---

### **Radiofrequenz-Identifikation (RFID)**

Technologie zur berührungslosen Datenübertragung und zur automatischen Identifikation von Warenbewegungen.

### **RoCE (Return on Capital Employed)**

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.

### **Rumpfgeschäftsjahr**

Geschäftsjahr eines Unternehmens, das weniger als zwölf Monate umfasst, weil beispielsweise der Termin für den Jahresabschluss verlegt wurde.

## S

---

### **Selbstbedienungswarenhause (SB-Warenhaus)**

Großes Einzelhandelsgeschäft mit verschiedenen Artikeln, die überwiegend in Selbstbedienung angeboten werden. Das Sortiment umfasst außer Lebensmitteln auch Ge- und Verbrauchsgüter. Real ist der SB-Warenhaus-Betreiber der METRO GROUP.

### **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.

---

**T**

---

**Trading-up-Strategie**

Qualitative Anhebung des Leistungsprogramms eines Handelsbetriebs, zum Beispiel durch eine größere Produktauswahl, ein höheres Qualitätsniveau, umfangreichere Dienstleistungen und eine anspruchsvollere Geschäftsausstattung.

---

**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.

**Vorjahresvergleichszeitraum**

Angaben in einem Rumpfgeschäftsjahr beziehen sich auf einen Vergleich mit einem entsprechenden Zeitraum im vorausgegangenen Jahr. Bei einem Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013 wäre dies der Neun-Monats-Zeitraum von Januar bis September 2012.

---

**W**

---

**Warenhaus**

Großes Einzelhandelsgeschäft, das sich in der Regel in innerstädtischer Lage befindet und Waren jeglicher Art anbietet, darunter Textilien, Haushaltswaren und Lebensmittel. Der Warenhausbetreiber der METRO GROUP ist Galeria Kaufhof.

**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** — 351  
**Aktie** — 55 ff.  
**Aktionärsstruktur** — 55 ff.  
**Aufsichtsrat** — 65 ff., 78 ff., 151 ff., 295  
**Ausschüsse des Aufsichtsrats** — 70 ff., 298  
**Ausschüttung** — 154, 249, 350  
**Aus- und Weiterbildung** — 124 f., 174

## B

---

**Bericht des Aufsichtsrats** — 65 ff.  
**Bestätigungsvermerk** — 74, 162 f., 336  
**Beteiligungen** — 208, 294, 300 ff.  
**Bilanz** — 187, 194, 230 ff.  
**Bilanzgewinn** — 185 f.  
**Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden** — 202 ff.  
**Brief an die Aktionäre** — 3 ff.

## C

---

**Cashflow** — 84, 112, 198, 267, 273 f.  
**Chancen** — 80, 164, 176  
**Compliance** — 80, 175 f.  
**Corporate Governance** — 73, 78 ff., 146

## D

---

**DAX** — 56  
**Desinvestitionen** — 110 f., 173, 198, 273 f.  
**Diversity (Vielfalt)** — 79, 125 f., 174  
**Dividende** — 154, 249, 350

## E

---

**EBIT** — 84, 96 ff., 192, 200 f., 350  
**EBITaC** — 90, 103 ff., 220  
**EBITDA** — 97 ff., 200 f., 350  
**Eigenkapitalentwicklung** — 84, 113, 196, 221  
**Eigenkapitalquote** — 84, 113  
**Entsprechenserklärung** — 73, 78, 288  
**Ergebnis je Aktie** — 103, 192, 227  
**Ertragslage** — 96 ff.

## F

---

**Finanzergebnis** — 102, 192, 224  
**Finanzierungsmaßnahmen** — 109 f., 256 ff.  
**Finanzkalender** — 353  
**Finanzlage** — 108 ff.  
**Finanzmanagement** — 108 ff.

## G

---

**Galeria Kaufhof** — 46 ff., 87, 94, 101, 182 ff., 200  
**Genehmigtes Kapital** — 156 ff., 247  
**Geschäftsmodell** — 86 ff.  
**Geschäftsstrategie** — 36 ff.  
**Geschäftsverlauf** — 96  
**Gewinn- und Verlustrechnung** — 192  
**Gewinnverwendung** — 185 f., 249  
**Glossar** — 341 f.  
**Grundkapital** — 154, 247 f.  
**Grundlagen der Rechnungslegung** — 202 ff.

## H

---

**Hauptversammlung** — 68, 81, 353

## I

---

**Immaterielle Vermögenswerte** — 212 f.

**Immobilien** — 9, 48 f., 87, 95, 101 f.

**Indexzugehörigkeit** — 57

**Innovationsmanagement** — 130 ff.

**Investitionen** — 110 f., 173, 200 f.

**Investor Relations** — 58 f.

## K

---

**Kapitalflussrechnung** — 112, 198, 267, 273 f.

**Kapitalkostensatz** — 103 f.

**Kapitalstruktur** — 113 f.

**Konsolidierung** — 200 f., 208 f.

**Konsolidierungsgrundsätze** — 208 f.

**Konzernabschluss** — 191 ff.

**Konzernanhang** — 199 ff.

**Konzernstruktur** — 86 ff.

**Konzernumsatz** — 96 ff.

**Kreditlinien** — 109 f., 256 ff.

**Kursentwicklung** — 56

**Kurzfristige Vermögenswerte** — 115, 240 f., 243, 245 ff.

## L

---

**Langfristige Vermögenswerte** — 115, 230 ff.

**Liquidität** — 109 f., 112, 282

## M

---

**Mandate** — 295 ff.

**Marktkapitalisierung** — 57

**MDAX** — 57 ff.

**Media-Saturn** — 7, 40 ff., 87, 94, 99 f., 181 f., 200

**Mehrjahresübersicht** — 350

**Mehrkanalstrategie/-vertrieb** — 7, 21 f., 24, 36 ff., 177, 184

**METRO Cash & Carry** — 5 f., 37 ff., 87, 93 f., 97 ff., 181, 200

**METRO PROPERTIES** — 48 f., 87, 95, 101 f.

**Mitarbeiter** — 117 ff.

**Mobiles Einkaufen** — 41 f.

## N

---

**Nachhaltigkeit** — 37, 46, 127, 133 ff., 169 f.

**Nachtragsbericht** — 179

## O

---

**Organe** — 295 ff.

**Organisationsstruktur** — 86 ff.

## P

---

**Personalaufwand** — 117, 228

**Prognosebericht** — 179 ff.

## Q

---

**Qualitätssicherung** — 39, 136 ff., 171 f.



---

## R

**Radiofrequenz-Identifikation (RFID)** — 130 f.  
**Rating** — 109, 282 f.  
**Real** — 7, 42 ff., 87, 94, 100, 182, 200, 245  
**Risiko- und Chancenbericht** — 164 ff.  
**Risikomanagement** — 80, 164 ff.

---

## S

**Sachanlagen** — 213, 234 ff.  
**Segmentberichterstattung** — 200 f., 274 f.  
**Sonderfaktoren** — 106 f.  
**Standorte** — 88  
**Steuern** — 102 f., 226 f.  
**Strategie** — 36 ff.

---

## U

**Umlaufvermögen** — 115, 187  
**Umsatz** — 96  
**Umsatzentwicklung** — 96 ff.  
**Umsatzentwicklung nach Segmenten** — 97 ff.  
**Umsatzerlöse** — 222  
**Unternehmensführung** — 78 ff., 295 ff.

---

## V

**Vergütung des Aufsichtsrats** — 153 ff.  
**Vergütung des Vorstands** — 146 ff.  
**Versicherung der gesetzlichen Vertreter** — 335  
**Vielfalt (Diversity)** — 79, 125 f., 174  
**Vorstand** — 14 f., 299

---

## W

**WACC (Gewichteter Kapitalkostensatz)** — 103 f.  
**Währungsumrechnung** — 209 ff.  
**Weltwirtschaft** — 91 ff., 179 ff.

---

## Z

**Zinsergebnis** — 102, 223  
**Zusammengefasster Lagebericht** — 84 ff.

# MEHRJAHRESÜBERSICHT<sup>1</sup>

		31.12.2007	31.12.2008 <sup>2</sup>	31.12.2009 <sup>3</sup>	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012	30.9.2012 <sup>4</sup>	30.9.2013
<b>Finanzkennzahlen</b>									
Umsatz (netto)	Mio. €	64.210	67.955	65.529	67.258	65.926 <sup>5</sup>	66.739	47.380	<b>46.321</b>
EBITDA	Mio. €	3.343	3.540 <sup>6</sup>	3.319 <sup>6,7</sup>	3.726 <sup>6</sup>	3.651 <sup>6</sup>	3.296 <sup>6,8</sup>	1.669 <sup>6,8</sup>	<b>1.603<sup>6</sup></b>
EBIT	Mio. €	2.078	2.222 <sup>6</sup>	2.024 <sup>6</sup>	2.415 <sup>6</sup>	2.372 <sup>6</sup>	1.979 <sup>6,8</sup>	706 <sup>6,8</sup>	<b>728<sup>6</sup></b>
EBIT-Marge	%	3,2	3,3 <sup>6</sup>	3,1 <sup>6</sup>	3,6 <sup>6</sup>	3,6 <sup>6</sup>	3,0 <sup>6</sup>	1,5 <sup>6</sup>	<b>1,6<sup>6</sup></b>
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	1.561	1.648 <sup>6</sup>	1.393 <sup>6</sup>	1.834 <sup>6</sup>	1.732 <sup>6</sup>	1.436 <sup>6,8</sup>	289 <sup>6,8</sup>	<b>282<sup>6</sup></b>
Periodenergebnis <sup>9</sup>	Mio. €	1.051	722 <sup>6</sup>	824 <sup>6</sup>	1.139 <sup>6</sup>	979 <sup>6</sup>	730 <sup>6,8</sup>	165 <sup>6,8</sup>	<b>16<sup>6</sup></b>
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	1.065	1.151 <sup>6</sup>	824 <sup>6</sup>	1.139 <sup>6</sup>	979 <sup>6</sup>	730 <sup>6,8</sup>	165 <sup>6,8</sup>	<b>16<sup>6</sup></b>
davon den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis <sup>9</sup>	Mio. €	825	401	383	850	631	17	-19	<b>-71</b>
Investitionen	Mio. €	2.154	2.423	1.517	1.683	2.095	1.437	954	<b>691</b>
Bilanzsumme <sup>9</sup>	Mio. €	33.862	33.516	33.282	35.067	33.987	34.802 <sup>8</sup>	31.608 <sup>8</sup>	<b>28.811</b>
Eigenkapital	Mio. €	6.498	6.061	5.992	6.460	6.437	5.666 <sup>8</sup>	5.649 <sup>8</sup>	<b>5.206</b>
Eigenkapitalquote	%	19,2	18,1	18,0	18,4	18,9	16,3 <sup>8</sup>	17,9 <sup>8</sup>	<b>18,1</b>
Eigenkapitalrendite nach Steuern	%	16,2	11,9 <sup>6</sup>	13,8 <sup>6</sup>	17,6 <sup>6</sup>	15,2 <sup>6</sup>	12,9 <sup>6,8</sup>	2,9 <sup>6,8</sup>	<b>0,3<sup>6</sup></b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) <sup>9,10</sup>	€	2,52	1,23	1,17	2,60	1,93	0,05 <sup>8</sup>	-0,06 <sup>8</sup>	<b>-0,22</b>
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€	2,58	2,54	1,17	2,60	1,93	0,05 <sup>8</sup>	-0,06 <sup>8</sup>	<b>-0,22</b>
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€	-0,06	-1,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>
<b>Ausschüttung</b>									
Dividende je Stammaktie	€	1,18	1,18	1,18	1,35	1,35	1,00	-	<b>0,00<sup>11</sup></b>
Dividende je Vorzugsaktie	€	1,298	1,298	1,298	1,485	1,485	1,06	-	<b>0,00<sup>11</sup></b>
<b>Operative Daten</b>									
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		275.520	290.940	286.329	283.280	280.856	278.811	277.418	<b>269.493</b>
Standorte		2.097	2.111 <sup>12</sup>	2.127	2.131	2.187 <sup>13</sup>	2.243	2.187	<b>2.221</b>
Verkaufsfläche (1.000 m <sup>2</sup> )		11.779	12.302 <sup>12</sup>	12.629	12.771	12.954	13.003	12.784	<b>12.773</b>

<sup>1</sup> Nur fortgeführte Aktivitäten (nicht fortgeführte Aktivitäten: 2007 und 2008 Extra und Adler, 2009 Adler)

<sup>2</sup> Adjustierung aufgrund der Erstanwendung neuer und geänderter IFRS im Geschäftsjahr 2009

<sup>3</sup> Adjustierung aufgrund geänderter Ausweise im Geschäftsjahr 2010

<sup>4</sup> Ungeprüft

<sup>5</sup> Adjustierung aufgrund eines geänderten Ausweises im Geschäftsjahr 2012

<sup>6</sup> Vor Sonderfaktoren; die Sonderfaktoren werden für 2012 und 2013 auf den Seiten 106 und 107 dargestellt

<sup>7</sup> 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

<sup>8</sup> Vorjahresanpassung [siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“]

<sup>9</sup> Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

<sup>10</sup> Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

<sup>11</sup> Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

<sup>12</sup> Die 84 Standorte von Dinea wurden aus dem Segment Sonstige in das Segment Galeria Kaufhof umgegliedert. Im Segment Galeria Kaufhof werden sie nicht mehr als eigenständige Standorte gezählt, sondern dem jeweiligen Standort von Galeria Kaufhof zugerechnet. Daher werden die Standorte sowie die Verkaufsflächen nicht mehr gesondert ausgewiesen.

<sup>13</sup> Inklusive der Einbeziehung der 2009/2010 eröffneten METRO Cash & Carry Satelliten-Standorte (insgesamt 14)

# INFORMATION

## METRO AG

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Tel.: +49 (211) 6886-0  
www.metrogroup.de  
www.metro-cc.com

## Media-Saturn-Holding GmbH

Wankelstraße 5  
85046 Ingolstadt  
Tel.: +49 (841) 634-0  
www.mediamarkt.de  
www.saturn.de  
www.redcoon.de  
www.media-saturn.com

## Real SB-Warenhaus GmbH

Verwaltungssitz:  
Reyerhütte 51  
41065 Mönchengladbach  
Tel.: +49 (2161) 403-0  
www.real.de

## Galeria Kaufhof GmbH

Leonhard-Tietz-Straße 1  
50676 Köln  
Tel.: +49 (221) 223-0  
www.galeria-kaufhof.de

## METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG

Am Albertussee 1  
40549 Düsseldorf  
Tel.: +49 (211) 6886-4250  
www.metro-properties.de

## 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) 6886-1936/-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

## Konzept und Redaktion

Katharina Meisel  
Melanie Speichinger

## Projektmanagement

Claudia Martin  
Viktoria Wedel

## Kreative Umsetzung

Strichpunkt GmbH, Stuttgart/Berlin

## Redaktionelle Unterstützung und Realisation

Ketchum Pleon GmbH, Düsseldorf

## Druck

Druckstudio GmbH, Düsseldorf

## Bildnachweis

METRO AG

## Fotografie

Boris Zorn, Düsseldorf  
(Vorstandsfotografie)  
Andreas Pohlmann, München  
(Porträt Franz M. Haniel)

Zusammengefasster Lagebericht,  
Konzernabschluss und Anhang  
inhouse produziert mit FIRE.sys

## Zertifizierungen

Dieser 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. Wir verwenden in dieser Publikation ausschließlich 100-prozentiges Recyclingpapier, das mit dem EU-Umweltzeichen versehen ist. Zusätzlich trägt dieser Geschäftsbericht das Saphira-Eco-Siegel der Heidelberger Druckmaschinen AG. Das bedeutet, dass die bei der Herstellung der Publikation verwendeten Verbrauchsmaterialien, beispielsweise Farben, Lacke, Chemikalien und Druckplatten, die Anforderungen der wichtigsten internationalen Umweltzertifikate erfüllen. Weitere Informationen unter [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com).



Gedruckt auf Circle Offset Premium White, zertifiziert mit dem EU-Umweltzeichen der Kategorie Nr. FR/11/003.



## Global Compact

Die METRO GROUP engagiert sich seit 2011 für den UN Global Compact, den weltweiten Pakt zur Förderung universeller Sozial- und Umweltprinzipien unter dem Dach der Vereinten Nationen. Wir verpflichten uns damit dazu, uns auf den Gebieten Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung kontinuierlich zu verbessern.



## Disclaimer

Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts. 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 sieht sich auch nicht dazu verpflichtet, Berichtigungen dieser zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum eingetreten sind.



FINANZKALENDER 2013/14

**11. FEBRUAR 2014**  
Quartalsfinanzbericht Q1 2013/14

**12. FEBRUAR 2014**  
Hauptversammlung 2014

**8. MAI 2014**  
Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2013/14

**31. JULI 2014**  
Quartalsfinanzbericht 9M/Q3 2013/14

**20. OKTOBER 2014**  
Umsatzmeldung Geschäftsjahr 2013/14

[www.metrogroup.de/finanzkalender](http://www.metrogroup.de/finanzkalender)

