

WWW.METRO
GROUP.DE/
KLARHEIT

GESCHÄFTSBERICHT 2015/16
KONZERNABSCHLUSS DER METRO AG

METRO GROUP

METRO GROUP IN ZAHLEN¹

Mio. €		2013/14 ²	2014/15	2015/16	Veränderung in %
Finanzkennzahlen					
Umsatzentwicklung, flächenbereinigt	%	-0,1	1,5	0,2	-
Umsatz (netto)		59.937	59.219	58.417	-1,4
davon METRO Cash & Carry		30.513	29.690	28.999	-2,3
davon Media-Saturn		20.981	21.737	21.869	0,6
davon Real		8.432	7.735	7.478	-3,3
EBITDA		2.228	2.177	2.530	16,2
EBITDA vor Sonderfaktoren ³		2.509	2.458	2.509	2,1
EBIT		1.077	711	1.513	-
EBIT vor Sonderfaktoren ³		1.531	1.511	1.560	3,2
davon METRO Cash & Carry ³		1.125	1.050	1.043	-0,7
davon Media-Saturn ³		335	442	454	2,7
davon Real ³		81	88	100	13,9
Ergebnis vor Steuern		536	259	1.167	-
Ergebnis vor Steuern und vor Sonderfaktoren		1.060	1.067	1.242	16,3
Periodenergebnis ⁴		182	714	657	-8,0
davon aus fortgeführten Aktivitäten		-3	-221	608	-
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		185	935	49	-
Periodenergebnis vor Sonderfaktoren ^{3, 4, 5}		600	625	639	2,4
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ^{4, 5}	€	0,39	2,06	1,83	-11,0
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren ^{3, 4, 5}	€	1,84	1,91	1,96	2,4
Dividende je Stammaktie	€	0,90	1,00	1,00⁶	-
Dividende je Vorzugsaktie	€	1,13 ⁷	1,06	1,06⁶	-
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit ⁴		2.008	1.846	1.552	-15,9
Investitionen		1.001	1.411	1.413	0,1
Eigenkapitalquote ⁴	%	17,8 ⁸	18,7	21,4	-
Nettoverschuldung ⁴		4.655	2.527	2.301	-9,0
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		233.584	226.895	219.678	-3,2
Standorte		2.063	2.068	2.064	-0,2
Verkaufsfläche [1.000 m ²]		10.790	10.563	10.352	-2,0

¹Rundungsdifferenzen möglich

²Adjustierung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (Galeria Kaufhof) im Geschäftsjahr 2014/15

³Die Sonderfaktoren werden für 2014/15 und 2015/16 auf den Seiten 110 und 111 dargestellt

⁴Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

⁵Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

⁶Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

⁷Die Dividende berücksichtigt die für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht gezahlte und nach Maßgabe der Satzung der METRO AG nachzuzahlende Vorzugsdividende in Höhe von 0,17 € je Vorzugsaktie

⁸Adjustierung aufgrund eines geänderten Ausweises im Geschäftsjahr 2014/15

INHALT

5 AN UNSERE AKTIONÄRE

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

21 CORPORATE GOVERNANCE

- 23 Bericht des Aufsichtsrats
- 33 Corporate-Governance-Bericht

39 ZIELE UND STRATEGIE

47 ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

- 49 Überblick über das Geschäftsjahr 2015/16 und Prognose
- 51 Grundlagen des Konzerns
- 89 Wirtschaftsbericht
- 112 Nachtrags- und Prognosebericht
- 117 Risiko- und Chancenbericht
- 135 Vergütungsbericht
- 151 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 158 Ergänzende Angaben für die METRO AG (gemäß HGB)

163 KONZERNABSCHLUSS

- 166 Gewinn- und Verlustrechnung
- 167 Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
- 168 Bilanz
- 170 Eigenkapitalentwicklung
- 172 Kapitalflussrechnung

173 ANHANG

- 305 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 306 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

307 SERVICE

5

AN UNSERE AKTIONÄRE

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

→ AN UNSERE
AKTIONÄRE

→ CORPORATE
GOVERNANCE

→ ZIELE UND
STRATEGIE

→ ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT

→ KONZERNABSCHLUSS

→ SERVICE

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2015/16 war sowohl operativ als auch strategisch von großer Bedeutung. Unsere Kerngeschäfte konnten ihren positiven Trend fortsetzen und auch unsere Bilanz haben wir weiter gestärkt. Dies ist uns gelungen, weil wir uns konsequent auf den Mehrwert für unsere Kunden konzentrieren und weil wir unsere Geschäftstätigkeit sehr stark fokussieren. Dies tun wir seit dem Start der Neuausrichtung der METRO GROUP 2012, und wir kommen dabei immer besser voran. Der gemachte Fortschritt ist Motivation und Ansporn, unseren Weg weiterzugehen. Dies können wir mit voller Zuversicht auf der Basis des Erreichten, aber auch aus der Erkenntnis heraus, dass wir über ein umfangreiches Potenzial für weitere Verbesserungen verfügen.

Wir haben in den letzten Jahren auch gelernt, dass die Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden sich immer rasanter wandeln und die Innovationsgeschwindigkeit zunimmt. Diese Veränderungsdynamik stellt unsere Märkte kontinuierlich vor neue Herausforderungen. Das bedeutet für uns, dass der Weg der Fokussierung noch entscheidender sein wird für zukünftige Erfolge. Nur, wenn wir mit aller Kraft und Konzentration die Chancen und Herausforderungen angehen, werden wir auch die gewünschten Resultate erzielen. Aus diesem Grund haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr die Möglichkeit geprüft, aus einem diversifizierten Konzern zwei leistungsstarke und fokussierte Handelsunternehmen zu generieren.

Am 30. März 2016 haben wir Sie über unser Vorhaben informiert, die METRO GROUP in einen Großhandels- und Lebensmittelspezialisten sowie in eine Consumer-Electronics-Gruppe aufzuteilen. Nach erfolgreichem Abschluss der Analyse- und Vorbereitungsphase steht nun die Umsetzung an. Die Aufteilung der METRO GROUP in zwei unabhängige, leistungsstarke und börsennotierte Handelsunternehmen ist der letzte konsequente Schritt bei der Transformation unseres Konzerns und soll Mitte 2017 abgeschlossen sein. Beide Unternehmen sollen als separate Aktiengesellschaften mit eigener Börsennotierung, eigenständigem Unternehmensprofil sowie eigenem Vorstand und Aufsichtsrat etabliert werden. Ziel ist es, jeder der beiden Gesellschaften und ihrem jeweiligen Management die volle Kontrolle über die eigene Strategie zu geben. Dies soll den

Kundenfokus weiter schärfen, das Wachstum beschleunigen und die Umsetzungsgeschwindigkeit erhöhen und somit letztendlich die operative Leistungsfähigkeit insgesamt verbessern. Beide Unternehmen sollen zudem eigenständig über Akquisitions- und Kooperationsmöglichkeiten entscheiden und so ihre Strategien zielgerichteter umsetzen können.

Die Voraussetzungen für die erfolgreiche Aufteilung der METRO GROUP haben wir mit unserer Kundenmehrwertstrategie und dem kontinuierlichen Transformationsprozess geschaffen. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir in einem herausfordernden Marktumfeld unser Umsatz- und Ergebnisziel erreicht. Sowohl bei METRO Cash & Carry als auch bei Media-Saturn ist uns eine positive flächenbereinigte Umsatzentwicklung gelungen, die sich auch im Ergebnis widerspiegelt. Bei Real haben wir weitere wichtige Fortschritte bei der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und der Gestaltung des zukünftigen Geschäftskonzepts gemacht.

METRO Cash & Carry ist als Namensgeber für die METRO GROUP unser mit Abstand größtes und internationalstes Geschäft. Im Zuge der konsequenten Ausrichtung an den Kundenbedürfnissen und Marktanforderungen hat METRO Cash & Carry im Geschäftsjahr 2014/15 das New Operating Model eingeführt und 2015/16 umgesetzt. Schon nach kurzer Zeit zeigte sich, dass dieses Organisationsmodell die Kundenorientierung und den Unternehmerngeist in unserer Vertriebslinie stärkt. Die Landesgesellschaften besitzen nun mehr operative Gestaltungsfreiheit und Verantwortung. Dennoch können länderübergreifend mehrwertschaffende Maßnahmen koordiniert werden – nunmehr aber in lokaler Verantwortung. Hinzu kommt eine neue und flexiblere Form der strategischen Unternehmensplanung: Jedes Land hat einen individuellen Wertschöpfungsplan ausgearbeitet, mit dem es seine Strategie- und Finanzplanung für die folgenden drei bis fünf Jahre bestimmt – mit dem Ziel zusätzliche Wertpotenziale zu realisieren.

Bis Ende Oktober hatten alle Landesgesellschaften ihre Wertschöpfungspläne erstellt, einige von ihnen befinden sich bereits in der Umsetzungsphase. Die Aktivitäten und Maßnahmen sind dabei vielfältig und spezifisch auf die Kundenpräferenzen des jeweiligen Landes ausgerichtet. Ziel ist es, den Kunden



attraktive Lösungen anzubieten und so Kundenbeziehungen zu vertrauensvollen und nachhaltigen Partnerschaften auszubauen.

Nach dem im August 2015 erfolgten Kauf der Classic Fine Foods Group, eines der führenden Anbieter Asiens im wachstumsstarken Lebensmittelzustellgroßhandel, insbesondere für Premiumhotels und -restaurants in asiatischen Megastädten, haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr Rungis Express übernommen. Rungis Express ist in Deutschland einer der führenden Anbieter von Food Service Distribution (FSD), der direkten Belieferung von Kunden aus den Bereichen Hotel, Restaurant und Catering (Horeca) mit Lebensmitteln. Der Zukauf ergänzt das bisherige Belieferungsgeschäft von METRO Cash & Carry Deutschland um spezielle Kompetenzen insbesondere im Bereich der Frische und Ultrafrische und der zugehörigen Logistik. Zudem haben wir im Juli 2016 den Kauf des französischen Lebensmittellieferanten für gewerbliche Kunden Pro à Pro bekannt gegeben. Pro à Pro gehört in Frankreich zu den wichtigsten FSD-Anbietern und beliefert rund 42.000 Kunden. Dabei legt das Unternehmen den Fokus auf Großkunden in der Betriebsgastronomie, auf Kantinen im öffentlichen und privaten Sektor sowie auf Systemgastronomie und unabhängige Gastronomen. Mit dem Zukauf stärkt METRO Cash & Carry das französische Großhandelsgeschäft im Wachstumssegment FSD und schafft ein zusätzliches Angebot für die Kunden von METRO Cash & Carry Frankreich. Das Closing der Transaktion steht noch aus.

Den Bereich Digitalisierung fördert METRO Cash & Carry weiter. Bereits zum zweiten Mal haben wir in Zusammenarbeit mit Techstars den METRO Accelerator in Berlin gestartet. Mit diesem Programm unterstützen wir junge Unternehmen, die Lösungen für Gastronomie- und Hotelleriekunden erarbeiten und umsetzen. Ziel ist es, in drei Monaten aus innovativen Ideen nachhaltig erfolgreiche Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Auch operativ sind wir bei METRO Cash & Carry auf dem richtigen Weg: Nunmehr 13 Quartale in Folge stieg der flächenbereinigte Umsatz, aber wir sind noch nicht am Ziel. Die Umsetzung der Wertschöpfungspläne bietet enormes weiteres Potenzial und erfordert daher vollen Managementfokus.

Media-Saturn hat sich als Mehrkanalanbieter etabliert. Dies wird durch das hohe Wachstum des online generierten Umsatzes bei Media Markt und Saturn bestätigt. Insgesamt konnte unsere Vertriebslinie im Geschäftsjahr 2015/16 den Internetanteil am Gesamtumsatz auf fast 9 Prozent steigern. Wir sehen vor allem in der Verzahnung des Onlinegeschäfts mit dem stationären Geschäft Chancen für die Zukunft. Darüber hinaus haben wir das Geschäftsmodell von Media-Saturn gezielt um Service- und Dienstleistungsaspekte erweitert. Nicht zuletzt durch die Übernahme des Kundenservice- und Reparaturdienstleisters RTS kann unsere Vertriebslinie nun ein Leistungsspektrum mit Planung, Installation, Inspektion, Wartung und Reparatur verschiedenster elektronischer Produkte bis hin zur Einrichtung komplett vernetzter Haushalte anbieten, das in Europa in dieser Form einzigartig ist.

Außerdem hat sich die METRO GROUP am Start-up Deutsche Technikberatung beteiligt. Dabei handelt es sich um einen Teilnehmer des ersten Spacelab-Accelerator-Programms von Media-Saturn. Die Deutsche Technikberatung versteht sich als Technikhilfe für zu Hause und bietet mit einem professionellen Berater Netzwerk schnelle Hilfe bei technischen Fragestellungen. Ausgewählte und besonders geschulte Technikberater kümmern sich bei Privatkunden und kleinen Betrieben um alle Fragen zu Kauf, Installation, Vernetzung und Fehlerbehebung von moderner Technik.

Ein großer Erfolg ist der Media Markt Club, mit dem die Vertriebsmarke ihren Kunden umfangreiche Vorteile, Angebote und Aktionen bietet. Unter anderem werden alle Käufe online erfasst und somit entfällt die Suche nach Rechnungen für Umtausch oder Inanspruchnahme von Garantieleistungen. Bereits 2,1 Millionen Kunden in vier Ländern waren per 30. September 2016 Mitglied im Media Markt Club. Das Unternehmen nutzt diese starke Gemeinschaft, um noch näher am Kunden zu sein und die Kundenbeziehung weiter auszubauen.

Operativ hat sich Media-Saturn positiv entwickelt und sowohl Umsatz als auch Ergebnis gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Media-Saturn konnte zudem die operative Marge gegenüber dem Vorjahreswert weiter erhöhen, was durch einen verbesserten Umsatzmix und höhere Dienstleistungsanteile, aber auch durch ein weiterhin effizientes Kostenmanagement erzielt wurde.

Real hat in den zurückliegenden Jahren seine Transformation weiter vorangetrieben und mit der Pilotierung des neuen hybriden Marktkonzepts einen wichtigen Schritt für seine strategische Neuausrichtung getan. Ziel dieses hybriden Marktkonzepts ist die stärkere Herausstellung der Warenkompetenz bei frischen und ultrafrischen Lebensmitteln bei gleichzeitiger Beibehaltung eines attraktiven Warenangebots für den preisorientierten Groß-einkauf. Dazu setzt Real auf Neuerungen, die sowohl emotionale als auch rationale Kundenwünsche berücksichtigen, und stellt ein darauf abgestimmtes Warensortiment mit mehr Service und Beratung sowie gastronomische Angebote bereit. Ende November 2016 haben wir in Krefeld erfolgreich den ersten umgebauten Standort eröffnet. Damit setzen wir neue Maßstäbe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Voraussetzung für weitere Investitionen in das Konzept in den nächsten Jahren ist eine Einigung auf nachhaltige wettbewerbsfähige Tarifbedingungen. Im Juni 2016 haben wir uns mit der zuständigen Gewerkschaft auf Eckpunkte für ein Zukunftspaket verständigt. Dieses ist die Grundlage für eine verbesserte Wettbewerbsfähigkeit von Real und umfangreiche Investitionen in die Modernisierung und Neupositionierung.

Aufgrund der Schließung von unprofitablen Standorten ging der Umsatz von Real zurück. Diese Maßnahmen halfen Real neben verbesserten Einkaufskonditionen und mehr Kostendisziplin, das Ergebnis zu steigern. Ein weiterer großer Schritt zu mehr Effizienz ist die Reorganisation und Restrukturierung der Verwaltung. Bedingt durch zahlreiche Firmenübernahmen in der Vergangenheit sind die Verwaltungsbereiche von Real auf mehrere Standorte in ganz Deutschland verteilt. In absehbarer Zeit sollen alle Zentralfunktionen am Standort Düsseldorf zusammengelegt werden.

Das Geschäftsjahr 2015/16 war für die **METRO GROUP** insgesamt erfolgreich und wir haben unsere Prognosen erfüllt. Die METRO GROUP hat den flächenbereinigten Umsatz im Geschäftsjahr 2015/16 um 0,2 Prozent gesteigert. Der berichtete Umsatz von 58,4 Mrd. € lag bedingt durch negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte um 1,4 Prozent unter dem Vorjahreswert. In lokaler Währung stieg der Umsatz der METRO GROUP jedoch um 0,4 Prozent. Das EBIT vor Sonderfaktoren betrug 1.560 Mio. €. Bereinigt um die negativen Wechselkurseffekte, mit denen wir wieder konfrontiert waren, konnten wir auch hier eine erfreuliche Verbesserung verzeichnen. Die Nettoverschuldung hat sich nochmals reduziert und liegt nunmehr bei 2,3 Mrd. € nach 2,5 Mrd. € zum Vorjahresstichtag.

Positiv konnte sich auch der Aktienkurs der METRO-Stammaktie im Geschäftsjahr 2015/16 entwickeln: Der Kurs legte um 7,3 Prozent auf 26,49 € zu. Zudem haben wir im Februar 2016 eine Dividende in Höhe von 1,00 € ausgeschüttet.

Auf Basis des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren in Höhe von 1,96 € (2014/15: 1,91 €) schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, auf der nächsten Hauptversammlung eine Dividendenausschüttung in Höhe von 1,00 € je Stammaktie vor. Bitte berücksichtigen Sie dabei, dass

das sehr gute Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren erzielt wurde, obwohl der Ergebnisbeitrag von Galeria Kaufhof im Vorjahr noch vollumfänglich enthalten war. Der Dividendenvorschlag ergibt sich auf Basis unserer Dividendenpolitik, rund 45 bis 55 Prozent des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren auszuschütten. Er entspricht einer Ausschüttungsquote von 51 Prozent.

Auch im Geschäftsjahr 2016/17 liegt unser Fokus darauf, nachhaltiges Wachstum zu generieren und den flächenbereinigten Umsatz sowie das Ergebnis zu steigern. Die beginnende Umsetzung der Wertschöpfungspläne bei METRO Cash & Carry wird letztmals zu Sonderfaktoren führen, aber auch erste positive Ergebnisbeiträge liefern. Media-Saturn als Marktführer in Europa wird online weiter wachsen und so gehen wir insgesamt von einer guten Geschäftsentwicklung aus. Real hat mit der Eröffnung des Pilotmarkts in Krefeld ein für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel einzigartiges Konzept geschaffen und einen wichtigen Schritt in seiner strategischen Neuausrichtung getan.

An dieser Stelle bedanke ich mich ganz herzlich bei unseren rund 220.000 Mitarbeitern für ihre Einsatzbereitschaft, ihr Engagement und ihr Mitwirken bei der Umsetzung unseres Ziels: kontinuierlich Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen. Der Gesamterfolg der METRO GROUP ist das Verdienst unserer Beschäftigten, die mit Begeisterung daran arbeiten, den Kunden ein inspirierendes Einkaufserlebnis zu bieten. Dank ihrer Tatkraft und Leidenschaft können wir zuversichtlich in die Zukunft blicken, und nur gemeinsam können wir die weiteren Herausforderungen meistern.

Ein wichtiger Termin, zu dem ich Sie herzlich einlade, ist unsere Hauptversammlung, die am 6. Februar 2017 in Düsseldorf stattfindet. Ich hoffe auf Ihr zahlreiches Erscheinen oder zumindest eine Weisung, damit Ihre Stimmrechte vertreten werden können. Neben den üblichen Tagesordnungspunkten steht hier die Abstimmung über die Entscheidung zur Aufteilung der METRO GROUP in einen Großhandels- und Lebensmittelspezialisten und eine Consumer-Electronics-Gruppe an. Auch nach der Aufteilung bleiben Sie weiterhin in vollem Umfang beteiligt, da Sie ohne Zuzahlung zusätzlich Aktien der neuen Gesellschaft erhalten. Die Börsennotiz erwarten wir bis Mitte 2017. Damit käme es zur Bildung zweier unabhängiger, börsennotierter Marktführer in ihren jeweiligen Segmenten und wir würden ein neues Kapitel in der Geschichte der METRO AG aufschlagen.

Ich danke Ihnen herzlich für Ihre Treue und das in uns gesetzte Vertrauen.

Ihr



OLAF KOCH

Vorstandsvorsitzender
der METRO AG

DER VORSTAND



OLAF KOCH
Vorstandsvorsitzender

Zuständigkeitsbereiche

Corporate Communications, Group Strategy, Corporate M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, Horeca Digital und Business Innovation, Real

Kurzprofil

Olaf Koch ist seit dem 1. Januar 2012 Vorstandsvorsitzender der METRO AG und bis zum 13. September 2018 bestellt. Zudem war er bis zum 30. September 2015 CEO von METRO Cash & Carry, ab dem 1. Juli 2015 gemeinsam mit Pieter C. Boone. Im September 2009 trat der 46-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 C. BOONE
Mitglied des Vorstands

Zuständigkeitsbereiche

METRO Cash & Carry

Kurzprofil

Pieter C. Boone ist seit dem 1. Juli 2015 Mitglied des Vorstands der METRO AG und bis zum 30. Juni 2018 bestellt. Der 49-Jährige arbeitet seit 2011 für die METRO GROUP. Im März 2012 übernahm er die Position des Managing Director von METRO Cash & Carry Russland. Zuvor war er für das niederländische Handelsunternehmen SHV Holdings in führenden Positionen in Peru, auf den Philippinen, in Malaysia, Thailand und Indonesien tätig.





MARK FRESE
Finanzvorstand



Zuständigkeitsbereiche

Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services, Financial Asset & Pension Management), Corporate Accounting, Global Business Services, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations, Corporate Risk Management & Internal Control Finance, METRO PROPERTIES, MIB METRO GROUP Insurance Broker, METRO LOGISTICS

Kurzprofil

Mark Frese wurde zum 1. Januar 2012 zum Finanzvorstand der METRO AG berufen. Der 52-Jährige ist bis zum 31. Dezember 2017 bestellt. Von April 2012 bis Juli 2015 war er zudem CFO von METRO Cash & Carry. Mark Frese ist bereits seit 1994 für die METRO GROUP tätig. Nach leitenden Positionen, die er bei der ehemaligen Konzerntochter Galeria Kaufhof innehatte, wurde er 2009 Bereichsleiter Planning & Controlling bei der METRO AG. Im September 2010 übernahm er dann die Position des CFO von METRO Cash & Carry Europe/MENA.



HEIKO HUTMACHER
Arbeitsdirektor

Zuständigkeitsbereiche

Human Resources (HR Campus, Corporate House of Learning, Corporate Performance & Rewards, Executive Resources, Group Labour Relations & Labour Law, HR Operations, HR Processes, Analytics & Projects, Talent Management, Leadership & Change), Corporate IT Management, Group Internal Audit, Sustainability & Regulatory Affairs, METRO SYSTEMS, MGT METRO GROUP Travel Services

Kurzprofil

Heiko Hutmacher ist seit Oktober 2011 Mitglied des Vorstands der METRO AG und dort zuständig für das Personalressort. Von April 2012 bis Juni 2015 verantwortete der 59-Jährige zusätzlich das Personalressort von METRO Cash & Carry. Der Diplom-Kaufmann verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung im Personalmanagement, unter anderem bei IBM und Akzo Nobel. Heiko Hutmacher ist bis zum 30. September 2017 bestellt.



PIETER HAAS
Mitglied des Vorstands

Zuständigkeitsbereiche

Media-Saturn

Kurzprofil

Pieter Haas ist seit dem 1. April 2013 Mitglied des Vorstands der METRO AG und bis zum 31. März 2019 bestellt. Nach Ernennung zum stellvertretenden Vorsitzenden der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH im Mai 2014, ist Pieter Haas seit dem 1. Januar 2016 Vorsitzender der Geschäftsführung. Schon zuvor war er für die Vertriebslinie tätig. Er übernahm dort 2001 die Position des Geschäftsführers der niederländischen Landesgesellschaft. Im Jahr 2008 wurde er als COO Mitglied der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH. Vor seiner Zeit bei Media-Saturn arbeitete der 53-jährige Betriebswirt zehn Jahre lang in Führungspositionen mehrerer Unternehmen.



RÜCKBLICK

Ausgewählte Ereignisse aus dem Geschäftsjahr 2015/16

Q1 2015/16

Einkaufskooperation stärkt Reals Wettbewerbsfähigkeit

05.10.2015 – Real und die Privates Handelshaus Deutschland GmbH (PHD), Deutschlands führender Einkaufsverbund, starten eine Einkaufskooperation. Das Volumen umfasst rund sieben Prozent des deutschen Handels im Bereich der schnell-drehenden Produkte (Fast Moving Consumer Goods, FMCG). Durch den gebündelten Einkauf verbessern die Partner ihre Einkaufskonditionen und stärken ihre Position im Wettbewerb.

Unterstützung für lokale Flüchtlingshilfe

26.10.2015 – Die METRO GROUP stellt einen Spendenfonds von 1 Mio. € für die Flüchtlingshilfe bereit. Mitarbeiter des Konzerns können hiervon jeweils einmalig bis zu 10.000 € für Projekte beantragen, für die sie sich einsetzen wollen. Ziel des Unternehmens ist es, unbürokratisch Hilfe zu leisten, akute Not zu lindern und zur Integration von Flüchtlingen beizutragen.

Saturn eröffnet „Saturn Connect“-Markt Köln

29.10.2015 – In konsequenter Weiterentwicklung der Multi-channel-Strategie startet Saturn mit „Saturn Connect“ ein neues Konzept rund um digitale Lifestyle-Produkte und Services: In hochfrequentierter Innenstadtlage präsentiert der Kölner Markt Produkte aus vier Themenwelten, darunter Smartphones, Wearables und Virtual-Reality-Brillen. Ein besonderer Fokus des Markts liegt auf umfassenden Beratungs- und Serviceleistungen wie Smartphone-Reparaturen und Datentransfers. Ab 2017 soll das neue Konzept an weiteren hochfrequentierten Standorten in Deutschland eingeführt werden.

Spitzenwerte im CDP-Klimaranking

04.11.2015 – Die METRO GROUP gehört mit ihrer Klima-berichterstattung zu den besten Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Im Klimaranking der internationalen Non-Profit-Organisation Carbon Disclosure Project (CDP) wird die METRO GROUP als „Sector Leader Consumer Staples“ und „Index Leader MDAX“ ausgezeichnet. CDP bewertet, ob Unternehmen den Chancen und Risiken des Klimawandels effektiv begegnen und wie transparent sie darüber berichten.

Same Day Delivery deutschlandweit

19.11.2015 – Media Markt und Saturn bauen ihren 2014 gestarteten Service deutlich aus und bieten die Expresslieferung nun an nahezu allen Standorten in Deutschland an. Online bestellte oder stationär getätigte Einkäufe werden auf Wunsch innerhalb von drei Stunden zum Kunden nach Hause geliefert. Partner für das Serviceangebot ist der Münchner Spezialist für Same Day Delivery, tiramizoo.

Q2 2015/16

Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam mit Erhalt des Kaufpreises abgeschlossen

07.01.2016 – Die thailändische TCC Land International Pte. Ltd. übernimmt das Großhandelsgeschäft der METRO GROUP in Vietnam mit allen 19 Großmärkten und dem zugehörigen Immobilienportfolio. Der Gesamtwert der Transaktion beläuft sich auf 655 Mio. €; er wurde bereits im ersten Quartal berücksichtigt.

Demo Day des METRO Accelerators powered by Techstars

28.01.2016 – Die elf Finalisten des ersten METRO Accelerators powered by Techstars präsentieren in Berlin ihre digitalen Geschäftsideen vor rund 400 Investoren und Experten. Das gemeinsam von der METRO GROUP und den US-amerikanischen Unternehmen Techstars und R/GA initiierte Gründerprogramm zielt darauf ab, den digitalen Wandel in der Horeca-Branche mit innovativen Lösungen zu unterstützen.

Gründung des „METRO Chair of Innovation“

09.02.2016 – Zusammen mit der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) gründet die METRO GROUP einen gemeinsamen Lehrstuhl für digitale Innovationen in den Bereichen Hotel, Restaurant und Catering. Ziel des „METRO Chair of Innovation“ ist es, die Digitalisierung im Horeca-Sektor in Schlüsselmärkten wie Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Japan zu erforschen und die Lehre auszubauen.

METRO GROUP übernimmt Rungis Express

12.02.2016 – Mit der Akquisition des Premium-Lebensmittellieferanten Rungis Express baut die METRO GROUP das Belieferungsgeschäft ihrer Großhandelssparte METRO Cash & Carry in Deutschland weiter aus. Der Handelskonzern erwirbt das deutsche und internationale Geschäft von Rungis Express, das als eigenständiges Unternehmen bestehen bleibt, sowie die zugehörigen Logistik- und Serviceaktivitäten.

Veränderung im Aufsichtsrat

19.02.2016 – Jürgen B. Steinemann wird zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats der METRO AG gewählt. Als neues Mitglied des Aufsichtsrats wird Karin Dohm gewählt. Sie folgt auf Franz Markus Haniel, der seine Mitgliedschaft mit Abschluss der Hauptversammlung 2016 niedergelegt hat.

Beitritt zur Integrationsinitiative „Wir zusammen“

01.03.2016 – Gemeinsam mit mehr als 40 weiteren Unternehmen beteiligt sich die METRO GROUP an „Wir zusammen“. Die Initiative der deutschen Wirtschaft hat das Ziel, die Integration von Flüchtlingen voranzutreiben. Dazu bündelt sie bestehende Projekte der Partnerunternehmen auf der Website www.wir-zusammen.de.

METRO GROUP kündigt die geplante Aufteilung des Konzerns an

30.03.2016 – Die METRO GROUP bereitet die Aufteilung des Konzerns und die Bildung zweier unabhängiger, auf ihr jeweiliges Marktsegment spezialisierter Unternehmen vor. Entstehen sollen ein Großhandels- und Lebensmittelspezialist sowie ein auf Unterhaltungselektronikprodukte und Dienstleistungen fokussiertes Unternehmen. Beide Unternehmen sollen als separate Aktiengesellschaften mit jeweils eigener Börsennotierung sowie eigenem Vorstand und Aufsichtsrat etabliert werden. Die Umsetzung der Aufteilung wird bis Mitte 2017 angestrebt.

METRO GROUP kauft Shoppingportal Hitmeister

31.03.2016 – Durch den Kaufvertrag zur Übernahme des Kölner Shoppingportals Hitmeister baut Real seine Leistungsfähigkeit im Onlinehandel mit Nichtlebensmittelsortimenten aus und forciert das Wachstum des Onlinegeschäfts.

Q3 2015/16

Zweite Runde des METRO Accelerators powered by Techstars

12.04.2016 – METRO Cash & Carry und das Start-up-Netzwerk Techstars starten die Bewerbungsphase für den zweiten METRO Accelerator powered by Techstars. Die zehn ausgewählten internationalen Start-ups erhalten ein Investmentangebot über 120.000 € sowie Zugang zu Expertennetzwerken, um die Digitalisierung von Hotels, Restaurants und Caterern voranzutreiben.

Spacelab fördert zum zweiten Mal Tech-Unternehmer

04.05.2016 – Im Rahmen des 2015 gegründeten Tech Accelerators Spacelab investiert Media-Saturn auch 2016 in Start-ups entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die Vertriebslinie wendet sich dabei insbesondere an Unternehmer aus den Bereichen Fintech, Internet of Things, Connected Home, Adtech und Mobile Commerce.

METRO GROUP investiert in digitales Kassensystem Orderbird

11.05.2016 – Die METRO GROUP beteiligt sich am Start-up Orderbird, dem im deutschsprachigen Raum führenden iPad-Kassensystem für die Gastronomie. Mit dieser Investition geht der Handelskonzern einen weiteren wichtigen Schritt, um Kunden aus Gastronomie und Hotellerie mit digitalen Lösungen Mehrwert zu bieten.

Q4 2015/16

METRO GROUP plant Handelslogistikpark

05.07.2016 – Für die deutschen Märkte von METRO Cash & Carry und Real soll in Marl der bundesweit größte Handelslogistikpark entstehen – mit mehr als 220.000 Quadratmetern und rund 1.000 Mitarbeitern. Zusammen mit dem Center in Kirchheim an der Weinstraße und dem Lager in Hamm wird der Standort die Basis für das neue Logistiknetzwerk der METRO GROUP in Deutschland bilden.

Minderheitsbeteiligung am Start-up Deutsche Technikberatung

07.07.2016 – Die METRO GROUP beteiligt sich am Kölner Start-up Deutsche Technikberatung. Der Teilnehmer des ersten Spacelab-Accelerator-Programms von Media-Saturn bietet Privatkunden und kleinen Betrieben mit einem Beraternetzwerk schnelle Hilfe bei technischen Fragen.

METRO GROUP übernimmt Anbieter von Food Service Distribution (FSD) Pro à Pro

08.07.2016 – Die METRO GROUP unterzeichnet einen Vertrag zur Übernahme des Lebensmittellieferanten Pro à Pro, eines der wichtigsten französischen Anbieter von Food Service Distribution (FSD). FSD umfasst die direkte Belieferung von verschiedenen Kundengruppen, darunter der Horeca-Sektor. Das Closing der Transaktion steht noch aus.

Kooperation mit UN World Food Programme

11.07.2016 – Im Kampf gegen den globalen Hunger startet METRO Cash & Carry eine globale Partnerschaft mit dem UN World Food Programme (WFP). Durch die Zusammenarbeit mit der Organisation der Vereinten Nationen leistet der Großhändler einen Beitrag zur Beendigung von Hunger, zur Erreichung von Ernährungssicherheit, zu verbesserter Ernährung und zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft.

METRO GROUP investiert in Webdienstleister Shore

01.08.2016 – Zur weiteren Förderung digitaler Geschäftsmodelle beteiligt sich die METRO GROUP am Münchener Startup Shore, einem Marktführer von webbasierten Businesslösungen für lokale Dienstleister in Europa. Shore unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen mit einer cloudbasierten Software zur digitalen Steuerung ihrer Geschäftsabläufe.

Aufsichtsrat der METRO AG erteilt Freigabe zur Aufteilung

05.09.2016 – Nach erfolgreicher Prüfung der notwendigen gesellschafts- und steuerrechtlichen Einzelheiten stimmt der Aufsichtsrat der METRO AG den Plänen zur Teilung der METRO GROUP zu. Organisatorisch tritt die Aufteilung in zwei unabhängige Handelsunternehmen ab dem 30. September 2016 in Kraft.

Spitzenposition in Nachhaltigkeitsindizes

08.09.2016 – Für das Jahr 2016 wird die METRO GROUP als Branchenbester in den renommierten Indizes Dow Jones Sustainability World und Europe gelistet. Damit qualifiziert sich der Konzern nach dem ersten Platz in der Kategorie Food & Staples Retailing im Jahr 2015 erneut für die weltweite Spitzengruppe der nachhaltig wirtschaftenden Handelsunternehmen.

Partnerschaft mit den Tafeln vorzeitig verlängert

22.09.2016 – Die METRO GROUP verlängert ihre Kooperation mit dem Bundesverband Deutsche Tafel e.V. vorzeitig bis zum Jahr 2020. Seit zehn Jahren unterstützt der Handelskonzern die Initiative mit Geld- und Lebensmittelspenden. Die Zusammenarbeit mit den örtlichen Tafeln besteht bereits seit mehr als zwei Jahrzehnten.

METRO-AKTIE

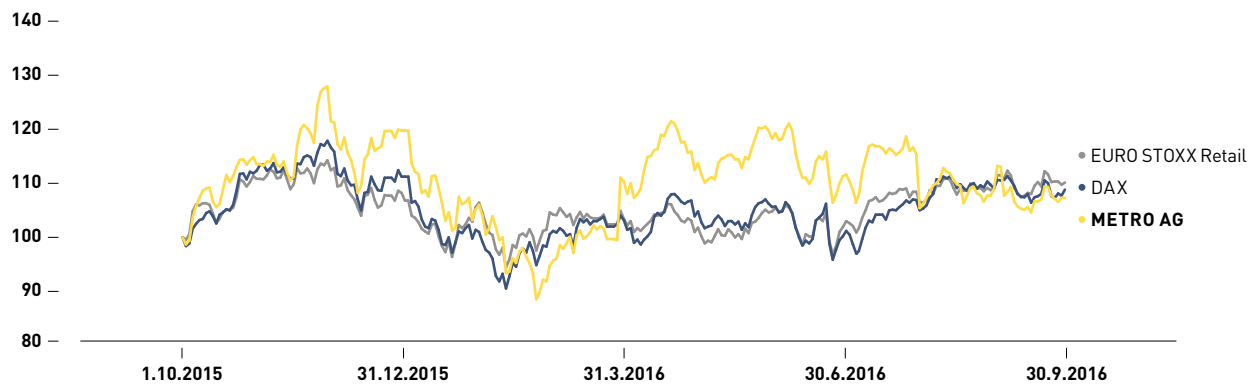
Nach volatiltem Jahresverlauf schloss die METRO-Aktie das Geschäftsjahr 2015/16 mit einem Zuwachs von 7,3 Prozent ab. Der Schlusskurs der METRO-Stammaktie notierte am 30. September 2016 mit 26,49 € gegenüber 24,69 € im Vorjahr. Der Branchenindex EURO STOXX Retail erreichte im Geschäftsjahr 2015/16 ein Plus von 10,1 Prozent. Vergleichbar entwickelte sich der Deutsche Aktienindex (DAX), der im Jahresverlauf um 8,8 Prozent zulegen konnte.

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2015/16 entwickelte sich die METRO-Stammaktie positiv und konnte stärker steigen als DAX und EURO STOXX Retail, auch unterstützt durch die am 19. Oktober 2015 veröffentlichte Umsatzmeldung für das zurückliegende Geschäftsjahr. Am 30. November 2015 erreichte die METRO-Aktie mit 31,56 € ihren höchsten Kurs im Geschäftsjahr 2015/16. Anschließend bestimmten vor allem geopolitische Ereignisse wie der Russland/Ukraine-Konflikt sowie die Situation im Nahen Osten das internationale Börsengeschehen. Für Kursrückgänge sorgten insbesondere die konjunkturelle Schwäche in Asien und die dadurch hervorgerufene Krise an den internationalen Rohstoffmärkten, allen voran der niedrige Ölpreis, der im Januar 2016 ein Sechsjahrestief erreichte. Auch die Anschläge in Paris, Brüssel und Istanbul beeinträchtigten das Börsengeschehen. Die METRO-Aktie entwickelte sich dabei parallel zu DAX und EURO STOXX Retail

rückläufig. Der tiefste Kurs des Geschäftsjahres 2015/16 wurde mit 21,87 € am 24. Februar 2016 erreicht. Danach erholten sich die Aktienmärkte und der Kurs der METRO-Aktie legte analog zu den relevanten Leitindizes wieder zu.

Am 30. März 2016 informierte die METRO GROUP den Kapitalmarkt über die Vorbereitungen zur Aufteilung des Konzerns in zwei unabhängige, börsennotierte und auf ihr jeweiliges Marktsegment spezialisierte Unternehmen. Daraufhin stieg der Kurs der METRO-Stammaktie deutlich um fast 12 Prozent und löste sich mit weiteren Kursgewinnen zunächst vom übrigen Aktienmarkt ab. Allerdings gaben die Kurse am 24. Juni 2016 als Reaktion auf den britischen Volksentscheid zum sogenannten Brexit insgesamt deutlich nach. Zunächst konnte sich die METRO-Aktie wieder erholen, da die METRO GROUP nicht direkt von einem möglichen Austritt des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union betroffen ist. Positiv wirkte sich auch die Unterzeichnung der Verträge zum Kauf des französischen Lebensmittellieferanten für gewerbliche Kunden Pro à Pro aus. Nach der Veröffentlichung der Zahlen für das dritte Quartal 2015/16 ging der Kurs der METRO-Aktie zurück und tendierte anschließend bis zum Ende des Geschäftsjahres analog zu DAX und EURO STOXX Retail seitwärts.

Kursentwicklung der METRO-Aktie [%]



Performance-Vergleich der METRO-Stammaktie 2015/16 vs. DAX vs. EURO STOXX Retail

METRO GROUP	DAX	EURO STOXX Retail
7,3 %	8,8 %	10,1 %

Quelle: Bloomberg

METRO-Aktie

			2013/14	2014/15	2015/16
Schlusskurs	Stammaktie	€	26,08	24,69	26,49
	Vorzugsaktie	€	20,25	20,20	25,10
Höchstkurs	Stammaktie	€	37,28	34,56	31,56
	Vorzugsaktie	€	29,20	24,44	26,25
Tiefstkurs	Stammaktie	€	25,00	23,06	21,87
	Vorzugsaktie	€	20,09	19,31	19,84
Ausschüttung	Stammaktie	€	0,90	1,00	1,00¹
	Vorzugsaktie	€	1,13	1,06	1,06¹
Dividendenrendite auf Schlusskursbasis	Stammaktie	%	3,5	4,1	3,8¹
	Vorzugsaktie	%	5,6	5,2	4,2¹
Marktkapitalisierung (Mrd.)		€	8,5	8,1	8,7

¹Vorbehaltlich 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	MEO3 GR
Anzahl der Aktien	324.109.563	2.677.966

Aktionärsstruktur der METRO AG

Die Hauptanteilseigner der METRO AG sind die Großaktionäre Haniel, Schmidt-Ruthenbeck und Beisheim. Am 30. September 2016 hielten sie nach den der METRO AG vorliegenden Informationen aufgrund der Stimmrechtsmitteilungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) insgesamt 49,868 Prozent der Stimmrechte. Daraus ergibt sich bei den Stimmrechtsanteilen der drei Großaktionäre folgendes Bild: Größter Anteilseigner ist der Gesellschafterstamm Haniel mit einem Stimmrechtsanteil von 24,996 Prozent. Zweitgrößter Anteilseigner ist der Gesellschafterstamm Schmidt-Ruthenbeck mit 15,772 Prozent und drittgrößter Anteilseigner der Gesellschafterstamm Beisheim, dem 9,100 Prozent der Stimmrechte zuzuordnen sind.

Zudem hat der Gesellschafterstamm Haniel mitgeteilt, dass dieser eine Umtauschanleihe mit einer Laufzeit bis Mai 2020 begeben hat. Ihr liegen rund 12 Millionen METRO-Aktien und damit rund 4 Prozent des Grundkapitals zugrunde. Bei voller Ausübung würde die Haniel-Beteiligung an der METRO AG in Zukunft entsprechend sinken.

Der Streubesitz der METRO AG in Höhe von 50,132 Prozent verteilt sich auf eine Vielzahl nationaler und internationaler Investoren. Aus den Stimmrechtsmitteilungen von Fondsgesellschaften und weiteren öffentlich verfügbaren Informationen geht hervor, dass bei den institutionellen Anlegern US-amerikanische und britische Investoren den größten Anteil stellen, gefolgt von Anlegern aus Frankreich, von den Bahamas und aus Deutschland. Größter institutioneller Aktionär ist gemäß einer bereits am 20. November 2012 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung weiterhin die Fondsgesellschaft Franklin Mutual Advisers, LLC mit einem Stimmrechtsanteil von 3,06 Prozent. Fast gleichauf liegt gemäß einer am 11. September 2014 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung die Fondsgesellschaft Templeton Global Advisors Limited mit einem Stimmrechtsanteil von 3,04 Prozent. Zudem hat Franklin Mutual

Series Funds mit einer am 16. Juli 2015 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung einen Stimmrechtsanteil von 3,001 Prozent gemeldet. Die demnach unmittelbar von Franklin Mutual Series Funds gehaltenen 3,001 Prozent der Stimmrechte sind nach den der METRO AG vorliegenden Informationen in den gemäß der am 20. November 2012 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung von Franklin Mutual Advisers mittelbar gehaltenen 3,06 Prozent der Stimmrechte enthalten.

Insgesamt halten die zehn größten institutionellen Anleger rund 37 Prozent des Streubesitzes. Zudem sind schätzungsweise rund 70.000 Privatanleger Anteilseigner der METRO AG.

Marktkapitalisierung und Indexzugehörigkeit

Die Marktkapitalisierung der METRO AG ist aufgrund der positiven Kursentwicklung deutlich gestiegen. Ende September 2016 betrug sie 8,7 Mrd. € gegenüber 8,1 Mrd. € im September 2015. Das Handelsvolumen der METRO-Stammaktie an der Frankfurter Börse lag im Berichtsjahr börsentäglich bei durchschnittlich rund 1,1 Millionen Aktien und stieg damit gegenüber dem Vorjahr an (2014/15: 1,0 Millionen). Von der weniger liquiden Vorzugsaktie wurden börsentäglich rund 7.500 Aktien gehandelt (2014/15: 7.000 Aktien).

Für die Indexzugehörigkeit ist nach dem Regelwerk der Deutschen Börse der Streubesitz relevant. Bei der METRO AG betrug die Marktkapitalisierung des Streubesitzes Ende September 2016 rund 4,3 Mrd. € (September 2015: 4,1 Mrd. €). Damit gehört die METRO GROUP nach der Marktkapitalisierung zu den bedeutendsten Werten im MDAX und hat dort den zweithöchsten Börsenumsatz. Unverändert ist die METRO-Aktie Mitglied im Branchenindex EURO STOXX Retail.

In der Indexrangliste der Deutschen Börse liegt die Aktie der METRO AG per Ende September 2016 bei der Marktkapitalisie-

rung auf Rang 46 (September 2015: 43) und beim Börsenumsatz auf Rang 31 (September 2015: 32).

Wie bereits im September 2015 wurde die METRO GROUP auch im September 2016 im Dow Jones Sustainability Index als bestes Unternehmen im Handelssektor in der Kategorie Food & Staples Retailing ausgezeichnet und zum Industry Leader ernannt. Dabei konnte die Punktzahl abermals verbessert werden. Derzeit sind lediglich in zwei Branchen deutsche Unternehmen auf dem ersten Platz. Zudem ist die METRO-Aktie in den Indizes Dow Jones Sustainability World und Dow Jones Sustainability Europe gelistet.

Nach dem Aufstieg der METRO GROUP in den Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good im Geschäftsjahr 2013/14 wurde die Mitgliedschaft im FTSE4Good Global und im FTSE4Good Europe auch im Geschäftsjahr 2015/16 wieder bestätigt. Die beiden britischen Indizes umfassen Unternehmen, die sich durch gute Corporate Social Responsibility und Corporate Governance auszeichnen.

Die Zugehörigkeit zu den beiden wichtigsten Indexfamilien der Welt im Bereich Nachhaltigkeit zeigt, dass die METRO GROUP mit den eingeleiteten Maßnahmen für ein nachhaltiges Wirtschaften die Weichen für die Zukunft richtig gestellt hat und dies auch vom Kapitalmarkt honoriert wird.

Dividende und Dividendenpolitik

Die METRO GROUP beabsichtigt die Ausschüttung einer attraktiven Dividende. Aufgrund der verbesserten wirtschaftlichen Gesamtsituation der METRO GROUP wurde die Dividendenpolitik im Vorjahr dahingehend geändert, dass die Bandbreite für die Ausschüttungsquote von bisher rund 40 bis 50 Prozent auf rund 45 bis 55 Prozent des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren angehoben wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG schlagen der Hauptversammlung der METRO AG am 6. Februar 2017 daher die Ausschüttung einer Dividende von 1,00 € je Stammaktie und von 1,06 € je Vorzugsaktie vor. Bezogen auf das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren in Höhe von 1,96 € je Stammaktie ergibt sich eine Ausschüttungsquote von 51,0 Prozent.

Auf Basis der Schlusskurse am 30. September 2016 errechnen sich folgende Dividendenrenditen: 3,8 Prozent für die Stammaktie und 4,2 Prozent für die Vorzugsaktie.

Analystenempfehlungen

Rund 35 Analysten namhafter nationaler und internationaler Banken beobachten und bewerten die METRO GROUP. Die entsprechenden Empfehlungen und Kursziele veröffentlicht die METRO GROUP auf den Investor-Relations-Seiten ihrer Unternehmenswebsite. Zum Ende des Geschäftsjahres 2015/16 empfahlen 55 Prozent (30. September 2015: 46 Prozent) der Analysten den Kauf der METRO-Aktie; 30 Prozent (30. September 2015: 42 Prozent) stuften sie auf Halten und 15 Prozent (30. September 2015: 12 Prozent) sprachen eine Verkaufsempfehlung aus. Der Median der Kursziele lag Ende September 2016 bei 31,00 € im Vergleich zu 32,30 € am 30. September 2015.

Investor Relations

Während des gesamten Geschäftsjahres steht der Bereich Investor Relations allen Kapitalmarktteilnehmern für umfassende Informationen zur Verfügung. Er orientiert sich dabei an den Grundsätzen einer kundenorientierten Kapitalmarktbetreuung. Diese betreffen insbesondere:

- Aktualität: Gewährleistung der Informationsführerschaft
- Kontinuität: Konsistenz in der Außendarstellung
- Glaubwürdigkeit: Weitergabe inhaltlich einwandfreier Informationen
- Gleichbehandlung: Alle Adressaten erhalten zeitlich und inhaltlich die gleichen Informationen

Die festen Termine für die reguläre Berichterstattung setzen den Rahmen für die Kapitalmarktcommunication. Den Jahresauftakt bildete dabei die Umsatzmeldung für das abgelaufene Geschäftsjahr, die im Oktober 2015 erfolgte. Den Geschäftsbericht mit der Gesamtentwicklung des Geschäftsjahres 2014/15 hat die METRO AG am 15. Dezember 2015 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz und einer Telefonkonferenz für Analysten und Investoren ausführlich vorgestellt. Der Umsatz im Weihnachtsquartal wurde am 10. Januar 2016 berichtet. Jeweils etwa einen Monat nach Quartalsende informierte die METRO AG den Kapitalmarkt in einer Telefonkonferenz über den vergangenen Berichtszeitraum. Die Konferenzen können online live verfolgt werden und stehen zusammen mit einer Präsentation auf den Investor-Relations-Seiten der METRO GROUP Website zur Verfügung. Die zugehörigen Berichte sind dort ebenfalls frei zugänglich. Über weitere relevante Ereignisse informiert der Bereich Investor Relations in der Rubrik Investor News.

Für den direkten Dialog mit Aktionären, potenziellen Investoren und Analysten war der Bereich Investor Relations im Geschäftsjahr 2015/16 auf allen wichtigen Finanzmärkten in Europa und den USA präsent. Ergänzend dazu konnten sich Analysten und Investoren am Hauptsitz der METRO AG in Düsseldorf im Rahmen von Marktführungen von der Leistungs- und Innovationskraft der METRO GROUP überzeugen. Die hohe Nachfrage nach Gesprächen und Besuchen belegt das große Interesse an der METRO GROUP.

Eine weitere bedeutende Aktionärsgruppe sind die Privatanleger der METRO AG. Sie stellen die größte Zahl an Investoren. Als zentrale und praktische Anlaufstelle stehen für sie die Investor-Relations-Seiten der METRO GROUP im Internet in deutscher und englischer Sprache 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 im Jahr 1996 zurückreicht. Darüber hinaus besteht die Option, direkten Kontakt mit dem Bereich Investor Relations aufzunehmen. Bei der jährlichen Hauptversammlung haben alle Aktionäre die Möglichkeit, sich ein Bild von der METRO GROUP zu machen und den Vorstand live zu erleben. Während der Hauptversammlung stehen die Mitarbeiter des Bereichs Investor Relations für Gespräche mit den Anlegern vor Ort bereit.

Durch die Mitgliedschaft im Deutschen Aktieninstitut e. V. (DAI) in Frankfurt unterstützt die METRO AG aktiv die Förderung der Aktienkultur in Deutschland. Zudem bekennt sich die METRO GROUP durch die Mitgliedschaft im Deutschen Investor Relations Verband e. V. (DIRK) zu den Grundsätzen einer offenen und kontinuierlichen Kommunikationspolitik.

Kontakt Investor Relations

METRO AG
Investor Relations
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Tel.: +49 (211) 6886-1051
Fax: +49 (211) 6886-3759
E-Mail: investorrelations@metro.de
www.metrogroup.de/investor-relations

CORPORATE GOVERNANCE

23 Bericht
des Aufsichtsrats

33 Corporate-Governance-
Bericht

21

→ CORPORATE
GOVERNANCE

→ ZIELE UND
STRATEGIE

→ ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT

→ KONZERNABSCHLUSS

→ SERVICE

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

SEHR GEEHRT E AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

.....
Düsseldorf,
8. Dezember 2016

das abgelaufene Geschäftsjahr war ein besonders intensives für die METRO GROUP: Zum einen lag der Fokus darauf, das operative Geschäft voranzubringen und zu stärken, zum anderen war das Geschäftsjahr geprägt von strategischen Themen und Weichenstellungen.

Die METRO AG hat die am Jahresanfang gegebene Prognose erfüllt: Sowohl der flächenbereinigte Umsatz als auch das EBIT wurden im Vergleich zum Vorjahr leicht gesteigert. Zudem wurde die Nettoverschuldung erneut reduziert. Zugleich lag auch im Geschäftsjahr 2015/16 der Fokus weiterhin auf der Transformation der METRO GROUP.

Die geplante Aufteilung des Konzerns im Rahmen des Projekts 2MORROW in zwei unabhängige börsennotierte Gesellschaften ist der nächste Meilenstein in diesem Transformationsprozess für mehr Wachstum, Kundenorientierung und unternehmerisches Handeln. Die unter dem Dach der METRO AG bislang gemeinsam geführten Bereiche Consumer Electronics (Media-Saturn) und Wholesale & Food Specialist (METRO Cash & Carry und Real) sind grundverschieden. Zudem gibt es kaum operative Überschneidungen und Synergien zwischen ihnen. Mit der Trennung wird der Bedarf nach einer unterschiedlichen Steuerung der beiden Bereiche reflektiert. Ziel ist es, den Vorständen der beiden neuen Unternehmen die volle Kontrolle über die eigene Strategie zu geben.

Dadurch wird der Kunde noch weiter in den Mittelpunkt gerückt. Die beiden neuen Gesellschaften können in der neuen Struktur die Beziehung zu den unterschiedlichen Kunden intensivieren und noch flexibler deren spezifische Bedürfnisse erkennen und erfüllen. Strukturen werden vereinfacht und es entstehen zwei leistungsstarke, fokussierte Unternehmen, die mit hoher Umsetzungsgeschwindigkeit insbesondere in Zeiten fortschreitender Digitalisierung auf die Veränderungen des Marktumfelds und die damit verbundenen Herausforderungen reagieren können. Beide werden sich noch stärker als bislang auf Wachstum, Innovation und Weiterentwicklung ihres jeweiligen operativen Geschäfts konzentrieren. Durch die klare Ausrichtung der beiden neuen Unternehmen wird deren Leidenschaft für Unternehmertum und die Menschen sichtbar, die dahinterstehen!

Insgesamt wird damit der Boden bereitet für eine Steigerung des Erfolgs der beiden neuen Unternehmen sowohl für den Kunden als auch für Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre.

→ ZIELE UND STRATEGIE

→ ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

→ KONZERNABSCHLUSS

→ SERVICE



JÜRGEN B. STEINEMANN

Vorsitzender des Aufsichtsrats

Kurzprofil: Jürgen B. Steinemann ist seit September 2015 Mitglied und seit Februar 2016 Vorsitzender des Aufsichtsrats der METRO AG. Er wurde 1958 in Damme geboren. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der European Business School in Wiesbaden, London und Paris schloss er 1985 ab und arbeitete zunächst in verschiedenen Managementpositionen für Eridania Béghin-Say, Unilever und Nutreco, bevor er 2009 als CEO zu Barry Callebaut, dem weltgrößten Hersteller von Schokolade und Kakao-Produkten, wechselte. Herr Steinemann ist aus dieser Funktion Ende September 2015 planmäßig ausgeschieden, ist dem Unternehmen aber als Mitglied des Verwaltungsrats weiter verbunden.

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

An dieser Stelle möchte ich im Namen des gesamten Aufsichtsrats ausdrücklich auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre geleistete Arbeit im abgelaufenen Geschäftsjahr danken. Nicht nur für ihr kontinuierliches Engagement und ihre Passion für unser gemeinsames Unternehmen, sondern auch für das Ertragen und Akzeptieren der Unsicherheit, die durch die Ankündigung der Spaltung des Konzerns verursacht wurde. Der Vorstand und wir glauben, mit der Spaltung den richtigen Schritt für das Wachstum des Unternehmens und damit für die Sicherheit der Arbeitsplätze zu tun. Nur deshalb muten wir den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern diese Phase der Unsicherheit zu. Einen besonderen Dank möchte ich auch allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Real aussprechen. Sie haben durch ihr Zutun und ihren Gehaltsverzicht einen signifikanten Beitrag für den Fortbestand des Unternehmens Real geleistet, der uns sehr bewusst ist und dem wir großen Respekt zollen. Persönlich möchte ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken für die offenen Arme, mit denen sie mich als neuen Aufsichtsratsvorsitzenden empfangen haben, sei es in Düsseldorf oder in den Ländern, die ich bisher besuchen konnte. Ich habe hier das Engagement und die Passion für unser Geschäft spüren können und mich dadurch sofort „zu Hause“ gefühlt.

Beratung und Überwachung im Dialog mit dem Vorstand

Auch im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir die uns nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Bei der Leitung der METRO AG und des Konzerns haben wir den Vorstand beraten und die Führung der Geschäfte fortlaufend überwacht. Die Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat war dabei gekennzeichnet durch einen besonders intensiven Austausch, ausgelöst durch das Abspaltungsprojekt 2MORROW. Der Vorstand ist seinen Informationspflichten stets nachgekommen. Er unterrichtete uns in den Aufsichtsratssitzungen ausführlich, zeitnah und entsprechend den gesetzlichen Vorgaben in schriftlicher und mündlicher Form über alle wesentlichen Entwicklungen der METRO GROUP.

Er informierte uns insbesondere über das Projekt 2MORROW, den Gang der Geschäfte, die Lage der Gesellschaft und des Konzerns (einschließlich der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance) sowie über Strategie und Planung des Unternehmens. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen hat der Vorstand im Einzelnen erläutert. Alle für das Unternehmen bedeutenden Geschäftsvorgänge erörterten wir im Plenum und in den Ausschüssen des Aufsichtsrats auf Basis der Berichte des Vorstands. In Entscheidungen von wesentlicher Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat eingebunden. Hierzu gehören Maßnahmen und Geschäfte, die aufgrund von Gesetz, Satzung oder selbst getroffener Regelungen der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen. Die betreffenden Vorgänge haben wir eingehend geprüft und mit dem Vorstand über den Nutzen, mögliche Risiken und sonstige Auswirkungen diskutiert. Der Aufsichtsrat stimmte allen ihm vom Vorstand zur Zustimmung vorgelegten Angelegenheiten zu. Auch außerhalb der Sitzungen stand ich als Aufsichtsratsvorsitzender fortlaufend in engem Informations- und Gedankenaustausch mit dem Vorstandsvorsitzenden zu bedeutenden Themen und anstehenden Entscheidungen. Vom Einsichts- und Prüfungsrecht des Aufsichtsrats nach § 111 Abs. 2 Satz 1 und 2 AktG haben wir nicht Gebrauch gemacht, da es keine klärungsbedürftigen Sachverhalte gab.

Im Geschäftsjahr 2015/16 fanden elf Aufsichtsratssitzungen statt. Zwei Beschlussfassungen des Aufsichtsrats erfolgten außerhalb einer Sitzung im schriftlichen Verfahren.

Kein Mitglied des Aufsichtsrats, das während des gesamten Geschäftsjahres dem Aufsichtsrat angehörte, nahm nur an der Hälfte (oder weniger) der Sitzungen des Aufsichtsrats im Berichtszeitraum teil. Die Teilnahmequote bei den Sitzungen des Aufsichtsrats lag durchschnittlich bei rund 96 Prozent, an den Sitzungen der Ausschüsse bei 100 Prozent.

Herr Franz M. Haniel, ehemaliger Vorsitzender des Aufsichtsrats der METRO AG, hat sein Mandat im Aufsichtsrat mit Wirkung zur Beendigung der Hauptversammlung am 19. Februar 2016 niedergelegt und nahm deshalb an weniger als der Hälfte der Sitzungen des Aufsichtsrats der METRO AG im Berichtszeitraum teil. Frau Dr. Angela Pilkmann trat erst zum 1. September 2016 als gewähltes Ersatzmitglied der Arbeitnehmer für Herrn Hubert Frieling in den Aufsichtsrat ein. Aus diesem Grund konnte sie im Berichtszeitraum nur an drei Sitzungen teilnehmen.

Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern sind im Geschäftsjahr 2015/16 nicht aufgetreten.

Wesentliche Inhalte der Aufsichtsratssitzungen

November 2015 – Schwerpunkt der ersten Sitzung des Geschäftsjahres 2015/16 war die Vorstandsvergütung. Wir erörterten das Short-Term Incentive für das Geschäftsjahr 2014/15 und fassten einen Beschluss über die Festlegung der persönlichen Leistungsfaktoren für jedes Vorstandsmitglied, durch die der Aufsichtsrat die Auszahlungssumme des anhand finanzieller Erfolgsziele ermittelten Short-Term Incentive für jedes Vorstandsmitglied individuell um bis zu 30 Prozent reduzieren oder erhöhen kann. Der Aufsichtsrat beschloss außerdem, eine Sonderprämie an Mitglieder des Vorstands für den Verkauf von Galeria Kaufhof zu gewähren. Weiter befassten wir uns mit der mehrjährigen erfolgsabhängigen Vorstandsvergütung, dem Long-Term Incentive, und überprüften die Erfolgsziele der im Geschäftsjahr 2015/16 zu gewährenden Tranche. Schließlich stimmten wir dem Erwerb einer bisherigen Dritteteiligung an der

METRO Cash & Carry Romania Srl durch die METRO Cash & Carry International Holding B.V. zu und erhielten Informationen über den aktuellen Stand des Vollzugs der Veräußerung des vietnamesischen Großhandelsgeschäfts von METRO Cash & Carry.

Dezember 2015 – Im Mittelpunkt unserer Bilanzsitzung im Dezember 2015 standen der Jahres- und Konzernabschluss des Geschäftsjahres 2014/15, der zusammengefasste Lagebericht der METRO AG und des Konzerns 2014/15, der Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2016 für die Verwendung des Bilanzgewinns sowie der Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2014/15. Der Abschlussprüfer nahm an der Sitzung teil und berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der durchgeführten Prüfungen. Der Vorstand informierte uns außerdem über die aktuelle Geschäftsentwicklung im laufenden Geschäftsjahr und wir erhielten einen weiteren Statusbericht zu dem Vollzug der Veräußerung des vietnamesischen Großhandelsgeschäfts von METRO Cash & Carry. Wir fassten Beschlüsse über Änderungen der Besetzung der Aufsichtsratsausschüsse, über den Bericht des Aufsichtsrats und den Corporate-Governance-Bericht für das Geschäftsjahr 2014/15, über die Beschlussvorschläge an die ordentliche Hauptversammlung der METRO AG 2016, über die Anpassung der Geschäftsordnungen von Vorstand, Aufsichtsrat und Bilanz- und Prüfungsausschuss sowie über eine Insiderrichtlinie für den Aufsichtsrat. Außerdem diskutierten wir die Ergebnisse der Effizienzprüfung des Aufsichtsrats. Schließlich befassten wir uns mit der aktuellen Situation bei Media-Saturn und Real.

Außerhalb einer Sitzung fasste der Aufsichtsrat im Dezember im schriftlichen Verfahren Beschluss über die Vorbereitung der Aufsichtsratswahlen durch die Hauptversammlung 2016.

Februar 2016 – In einer Sitzung unmittelbar vor Beginn der Hauptversammlung am 19. Februar 2016 stimmten wir dem Erwerb des Premium-Lebensmittellieferanten Rungis Express zum weiteren Ausbau des Food-Service-Distribution-Geschäfts zu. Vorbehaltlich der Prüferwahl durch die Hauptversammlung 2016 fassten wir außerdem Beschluss über die Erteilung der Prüfungsaufträge für den Jahres- und Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015/16. Vorsorglich beschlosssen wir zudem, eine Rechtsanwaltssozietät für etwaige Anfechtungs- und/oder Nichtigkeitsklagen gegen Beschlüsse der Hauptversammlung 2016 zu bevollmächtigen. In einer weiteren Sitzung im Anschluss an die Hauptversammlung wurde ich aus der Mitte des Aufsichtsrats zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats und zum Vorsitzenden des Vermittlungsausschusses gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG gewählt. Sodann wählten wir Herrn Dr. Florian Funck erneut zum Mitglied des Bilanz- und Prüfungsausschusses.

Mai 2016 – Im Berichtsjahr fanden im Mai zwei Sitzungen statt.

Nachdem der Vorstand den Aufsichtsrat über die Vorbereitung der Aufteilung des Konzerns in zwei unabhängige börsennotierte Unternehmen informiert hatte, stand diese geplante Aufteilung im Fokus der Beratungen der ersten Maisitzung. Vor diesem Hintergrund beschlossen wir auch aufgrund der Auswirkungen auf die Aufsichtsratsbesetzung, einen Executive-Search-Berater mit der Suche nach geeigneten Aufsichtsratskandidaten zu beauftragen. Der Vorstand informierte uns außerdem über die aktuelle Geschäftsentwicklung und die erfolgte Prüfung von OTC-Derivatekontrakten gemäß § 20 WpHG.

Die zweite Maisitzung fand in Prag in Form einer zweitägigen Strategiesitzung statt, an der auch Führungskräfte der Vertriebslinien teilnahmen. Am ersten Tag erörterten wir die Strategie der Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn, dies insbesondere auch vor dem Hintergrund der beabsichtigten Aufteilung

des Konzerns. Im Fokus des zweiten Tags standen die Strategie der Vertriebslinie Real sowie die Nachhaltigkeitsinitiativen der METRO GROUP. Darüber hinaus befassten wir uns mit der Budgetplanung für die METRO GROUP. Schließlich informierte uns der Vorstand über den Fortschritt der Vorbereitung der Aufteilung des Konzerns.

Juni 2016 – Außerhalb einer Sitzung beschloss der Aufsichtsrat im schriftlichen Verfahren die Neufassung der Insiderrichtlinie für den Aufsichtsrat.

Juli 2016 – Im Juli fanden zwei Aufsichtsratssitzungen statt.

In der ersten Sitzung Anfang des Monats befassten wir uns schwerpunktmäßig mit der geplanten Aufteilung des Konzerns. So informierte uns der Vorstand über den Fortschritt des Projekts sowie die einzelnen Prozessschritte und wir befassten uns eingehend mit den rechtlichen Implikationen der Aufteilung und der Börsennotierung. Ferner stimmten wir dem Erwerb des französischen Lebensmittellieferanten für gewerbliche Kunden Pro à Pro vom belgischen Handelskonzern Colruyt Group zu. Pro à Pro gehört in Frankreich zu den wichtigsten Anbietern von Food Service Distribution, der direkten Belieferung von verschiedenen Kundengruppen einschließlich des Segments Hotels, Restaurants und Caterer (Horeca) mit Lebensmitteln. Mit dem Zukauf stärkt die METRO GROUP ihr französisches Großhandelsgeschäft im Wachstumssegment Food Service Distribution. Darüber hinaus stimmten wir dem Abschluss von zwei Mietverträgen über Lagergebäude für die Nutzung als nationale und regionale Distributionszentren einschließlich der entsprechenden Investitionen zu.

Gegenstand der zweiten Sitzung im Juli war wieder der Status quo des Projekts zur Aufteilung des Konzerns einschließlich der Transaktionsstruktur. In diesem Zusammenhang diskutierten wir auch den Prozess der zukünftigen Aufsichtsratsbesetzung. Der Vorstand informierte uns zudem über die aktuelle Geschäftsentwicklung. Ferner fassten wir Beschluss über den Wahlvorschlag an die Hauptversammlung 2017 für den Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2016/17; vorangegangen war die Durchführung eines Ausschreibungs- und Auswahlverfahrens.

September 2016 – Im Berichtsjahr fanden im September drei Aufsichtsratssitzungen statt.

Schwerpunkt der ersten Sitzung Anfang des Monats war erneut die geplante Aufteilung des Konzerns. Der Vorstand informierte uns über den Status quo des Projekts und wir berieten eingehend über die Transaktionsstruktur, die gesellschafts- und steuerrechtlichen Rahmenbedingungen und die Kapitalstruktur der geplanten neuen Einheiten. Anschließend stimmten wir den Vorbereitungsmaßnahmen zur Aufteilung des Konzerns zu. Wir fassten darüber hinaus einen Beschluss über die Beauftragung von Beratern für die Entwicklung neuer Vergütungssysteme für die geplanten neuen Einheiten.

In einer weiteren Sitzung Ende des Monats verabschiedeten wir das Budget für das Geschäftsjahr 2016/17. Wir erhielten außerdem Informationen über die aktuelle Geschäftsentwicklung, die jeweiligen Branding-Konzepte für die Consumer Electronics- sowie die Wholesale & Food Specialist Einheit sowie die Governance-Funktionen im Konzern (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision, Compliance).

In der Sitzung am folgenden Tag informierte uns der Vorstand über den Fortschritt des Projekts zur Aufteilung des Konzerns sowie über damit zusammenhängende Personalthemen. In diesem Zusammenhang beschlossen wir auch eine Änderung des Geschäftsverteilungsplans des Vorstands. Wir beschäftigten uns

außerdem mit der Vorstandsvergütung: Wir legten die Erfolgsziele für das Short-Term Incentive für das Geschäftsjahr 2016/17 fest und beschlossen den Modus einer unterjährigen Abrechnung des Short-Term Incentive für den Fall des Wirksamwerdens der Aufteilung des Konzerns vor Ende des Geschäftsjahres 2016/17. Schließlich fassten wir einen Beschluss über Investitionen für ein regionales Distributions- und Customer-Fulfilment-Center in Prag sowie über die jährliche Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG.

Die Arbeit der Ausschüsse

Zur effizienten Wahrnehmung seiner Aufgaben verfügt der Aufsichtsrat über fünf Ausschüsse: Aufsichtsratspräsidium, Personalausschuss, Bilanz- und Prüfungsausschuss, Nominierungsausschuss sowie Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG. Die Ausschüsse bereiten die Beratungen und die Beschlussfassungen im Plenum vor. Darüber hinaus sind den Ausschüssen innerhalb des gesetzlichen Rahmens auch eigene Entscheidungszuständigkeiten übertragen worden. Über die Inhalte und Ergebnisse der Ausschusssitzungen wird im Aufsichtsrat jeweils zeitnah berichtet. Eine detaillierte Beschreibung der Arbeitsweise der Ausschüsse ist in der jährlichen Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB enthalten. Sie ist auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar.

Derzeit setzen sich die Ausschüsse des Aufsichtsrats wie folgt zusammen:

— **Aufsichtsratspräsidium:**

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),
Jürgen Fitschen, Xaver Schiller

— **Personalausschuss:**

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),
Jürgen Fitschen, Xaver Schiller

— **Bilanz- und Prüfungsausschuss:**

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),
Dr. Florian Funck, Andreas Herwarth, Rainer Kuschewski, Dr. Fredy Raas

— **Nominierungsausschuss:**

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender), Jürgen Fitschen, Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

— **Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG:**

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),
Xaver Schiller, Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Stand: 8. Dezember 2016

Aufsichtsratspräsidium – Das Aufsichtsratspräsidium überwacht die Einhaltung von Rechtsvorschriften und die Anwendung des Deutschen Corporate Governance Kodex. Unter Beachtung von § 107 Abs. 3 Satz 3 AktG beschließt das Präsidium über eilige Angelegenheiten und solche, die ihm der Aufsichtsrat zur Beschlussfassung übertragen hat. Im Geschäftsjahr 2015/16 tagte das Aufsichtsratspräsidium zweimal, jeweils gemeinsam mit dem Personalausschuss. Wesentliche Themen des Präsidiums waren dabei die Corporate Governance der METRO GROUP einschließlich des Corporate-Governance-Berichts für das Geschäftsjahr 2014/15, die Umsetzung von Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex sowie die Vorbereitung der jüngsten Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG.

Personalausschuss – Der Personalausschuss befasst sich im Wesentlichen mit den Personalangelegenheiten des Vorstands. Im Geschäftsjahr 2015/16 fanden fünf Ausschusssitzungen statt. Zwei Sitzungen fanden gemeinsam mit dem Aufsichtsratspräsidium statt. Ein Schwerpunkt der Ausschussarbeit im Berichtszeitraum war die Vorstandsvergütung vor dem Hintergrund der geplanten Aufteilung des Konzerns: So erörterte der Ausschuss intensiv insbesondere den Umgang mit der bestehenden ein- und mehrjährigen erfolgsabhängigen Vergütung des Vorstands sowie die Entwicklung neuer – auf die jeweilige Geschäftstätigkeit ausgerichteter – Vorstandsvergütungssysteme für die neuen Einheiten. Zu den Entscheidungen des Aufsichtsrats, die der Ausschuss vorbereitete, zählten insbesondere die Beschlussfassungen über die individuellen Leistungsfaktoren der Vorstandsmitglieder für das Short-Term Incentive 2014/15, die Gewährung einer Sonderprämie für den Verkauf von Galeria Kaufhof sowie die Erfolgsziele der im Geschäftsjahr 2015/16 zu gewährenden Tranche der mehrjährigen erfolgsabhängigen Vorstandsvergütung. Zudem bereitete der Personalausschuss die Beschlussfassung über die Beauftragung von Beratern für die Entwicklung der neuen Vergütungssysteme vor und sprach eine Empfehlung für die Erfolgsziele des Short-Term Incentive für das Geschäftsjahr 2016/17 sowie den Modus einer unterjährigen Abrechnung für den Fall des Wirksamwerdens der Aufteilung des Konzerns vor Ende des Geschäftsjahres 2016/17 aus. Der Personalausschuss erörterte darüber hinaus die Nachfolgeplanung für den Vorstand und befasste sich turnusgemäß mit der Prüfung von Aufwendungen auf Basis der für den Vorstand geltenden Reisekostengrundsätze sowie den Nebentätigkeiten der Mitglieder des Vorstands.

Bilanz- und Prüfungsausschuss – Zu den Aufgaben des Bilanz- und Prüfungsausschusses gehört insbesondere die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses und der Abschlussprüfung, der Wirksamkeit und Weiterentwicklung des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems sowie der Compliance. Im Geschäftsjahr 2015/16 fanden sechs Sitzungen statt. Der Finanzvorstand nahm an allen Sitzungen, der Vorsitzende des Vorstands an fünf der Sitzungen teil. Zu ausgewählten Tagesordnungspunkten wurden der Abschlussprüfer sowie Führungskräfte der zuständigen Fachbereiche der METRO AG hinzugezogen.

Der Bilanz- und Prüfungsausschuss hat den Jahres- und Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014/15, den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns 2014/15 sowie den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erörtert und geprüft. In Anwesenheit des Abschlussprüfers wurden die Ergebnisse der Abschlussprüfungen diskutiert. Auf dieser Grundlage gab der Bilanz- und Prüfungsausschuss Beschlussempfehlungen an den Aufsichtsrat. Dazu zählte insbesondere, den Jahres- und Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014/15 zu billigen und sich dem Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2016 für die Verwendung des Bilanzgewinns anzuschließen. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss gab dem Aufsichtsrat zudem eine Empfehlung für den Vorschlag des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung zur Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2015/16 und bereitete die Erteilung der Prüfungsaufträge vor. Das Gremium beschäftigte sich im Berichtszeitraum intensiv mit den

Quartalsmitteilungen sowie dem Halbjahresfinanzbericht und beriet diese jeweils vor ihrer Veröffentlichung mit dem Vorstand. Ein weiterer Schwerpunkt der Ausschussarbeit war die Durchführung eines Ausschreibungs- und Auswahlverfahrens für die Abschlussprüfung 2016/17 gemäß Art. 16 Abs. 3 der Verordnung (EU) Nr. 537/2014 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 16. April 2014 (Abschlussprüfungsverordnung).

Als Ergebnis dieses Verfahrens gab der Ausschuss dem Aufsichtsrat eine Empfehlung für den Vorschlag des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung 2017 zur Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2016/17. Weiter beschäftigte sich der Bilanz- und Prüfungsausschuss mit der Prüfungsplanung des gewählten Abschlussprüfers und dem Konzept zur Billigung sogenannter Nichtprüfungsleistungen. Der Ausschuss befasste sich darüber hinaus mit den Governance-Funktionen im Konzern (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision und Compliance), der Budgetplanung des Vorstands und der Konzernsteuerplanung. Weitere Themen waren die Vergabe von Spenden, die Anpassung der Geschäftsordnung des Ausschusses sowie das Ergebnis der Effizienzprüfung des Aufsichtsrats und seine Implikationen für die Ausschussarbeit. Ferner informierte sich der Ausschuss über die Weiterentwicklung internationaler Rechnungslegungsstandards und über die erfolgte Prüfung von OTC-Derivatekontrakten gemäß § 20 WpHG. Schließlich diskutierte der Vorstand mit dem Bilanz- und Prüfungsausschuss wesentliche Ereignisse, Projekte und rechtliche Themen. Dazu zählen der Erwerb von Rungis Express, die beabsichtigte Aufteilung des Konzerns, die Immobilienstrategie sowie die Steuerung und der Sachstand von Kartellverfahren in der METRO GROUP.

Nominierungsausschuss – Aufgabe des Nominierungsausschusses ist es, dem Aufsichtsrat geeignete Kandidaten für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung zu nennen. Im Geschäftsjahr 2015/16 fanden drei Ausschusssitzungen statt, davon eine telefonisch. Auf Empfehlung des Nominierungsausschusses hat das Plenum der Hauptversammlung 2016 die Wiederwahl von Frau Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner und Herrn Peter Küpfer in den Aufsichtsrat der METRO AG vorgeschlagen. Beide Vorschläge wurden angenommen. Der Nominierungsausschuss befasste sich außerdem mit der Aufsichtsratsbesetzung nach der Aufteilung des Konzerns.

Vermittlungsausschuss – Der Vermittlungsausschuss erarbeitet Vorschläge für die Bestellung oder Abberufung von Mitgliedern des Vorstands in den nach § 31 MitbestG vorgesehenen Fällen. Eine Sitzung des Vermittlungsausschusses war im Geschäftsjahr 2015/16 nicht erforderlich.

Corporate Governance

Über die Corporate Governance der METRO GROUP berichten Vorstand und Aufsichtsrat im Corporate-Governance-Bericht für das Geschäftsjahr 2015/16. Der Bericht wird zusammen mit der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB auch auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance veröffentlicht.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben ihre jüngste Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG im September 2016 abgegeben und den Aktionären auf der Website www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich gemacht. Die Erklärung ist ferner im Corporate-Governance-Bericht 2015/16 vollständig wiedergegeben.

Jahres- und Konzernabschluss

Die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat den vom Vorstand auf der Grundlage der International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellten Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2015/16 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Das gilt auch für den nach den Regeln des HGB aufgestellten Jahresabschluss 2015/16 der METRO AG und den zusammengefassten Lagebericht für die METRO AG und den Konzern. Der Abschlussprüfer berichtete schriftlich über das Ergebnis der Prüfung.

Die Jahresabschlussunterlagen und die Prüfungsberichte wurden in der Sitzung des Bilanz- und Prüfungsausschusses am 6. Dezember 2016 und in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 8. Dezember 2016 in Gegenwart des Abschlussprüfers eingehend erörtert und geprüft. Die erforderlichen Unterlagen sind rechtzeitig vor diesen Sitzungen an alle Mitglieder des Bilanz- und Prüfungsausschusses und des Aufsichtsrats verteilt worden, sodass ausreichend Gelegenheit zu ihrer Prüfung bestand. Der Abschlussprüfer berichtete in beiden Sitzungen über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und stand für Fragen und ergänzende Auskünfte auch in Abwesenheit des Vorstands zur Verfügung. Wesentliche Schwächen des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems, bezogen auf den Rechnungslegungsprozess, lagen nach Einschätzung des Prüfers nicht vor.

Die KPMG informierte über die Leistungen, die zusätzlich zu den Abschlussprüferleistungen erbracht wurden. Umstände, die eine Befangenheit des Abschlussprüfers befürchten lassen, lagen nicht vor. Nach eigener Prüfung des Jahresabschlusses, des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts für das Geschäftsjahr 2015/16 hatten wir keine Einwendungen und stimmten im Plenum dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer zu. Wir haben den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss und den Konzernabschluss gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss der METRO AG festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns haben wir uns nach sorgfältiger eigener Prüfung und unter Abwägung der zu berücksichtigenden Interessen angeschlossen.

Personalia

Durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf traten Herr Jürgen Schulz und Herr Thomas Dommel am 10. Dezember 2015 als Vertreter der Arbeitnehmer in den Aufsichtsrat ein. Ihre Bestellung ist befristet bis zur Beendigung der Hauptversammlung 2018. Herr Schulz und Herr Dommel folgten Frau Gabriele Schendel und Herrn Uwe Hoepfel nach, deren Mandate aufgrund des Verkaufs von Galeria Kaufhof am 30. September 2015 endeten.

Wiedergewählt in den Aufsichtsrat wurden Frau Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner und Herr Peter Küpfer, deren Mandate mit Beendigung der Hauptversammlung 2016 endeten. Herr Franz M. Haniel hat sein Mandat als Mitglied und Vorsitzender des Aufsichtsrats mit Wirkung zur Beendigung der Hauptversammlung 2016 niedergelegt. Als neues Mitglied wählte die Hauptversammlung Frau Karin Dohm in den Aufsichtsrat.

Wie beantragt endete auch meine gerichtliche Bestellung mit Beendigung der Hauptversammlung am 19. Februar 2016. Am gleichen Tag wurde ich durch die Hauptversammlung als Mitglied der Anteilseigner in den Aufsichtsrat und im Anschluss an die Hauptversammlung aus der Mitte des Aufsichtsrats zu dessen Vorsitzenden gewählt.

Herr Hubert Frieling trat in den Ruhestand ein und legte sein Aufsichtsratsmandat deshalb mit Wirkung zum 31. August 2016 nieder. Als gewähltes Ersatzmitglied der Arbeitnehmer folgte ihm Frau Dr. Angela Pilkmann in den Aufsichtsrat nach.

Im Namen des Aufsichtsrats möchte ich noch meinen besonderen Dank an Herrn Haniel richten, der die METRO GROUP über viele Jahre mit unumschränktem Einsatz begleitet hat und dabei stets ein wesentlicher Treiber der erforderlichen Veränderungen war. Unter seiner Führung war der Aufsichtsrat der METRO AG ein aktiver Berater und Sparringspartner des Vorstands. Nur auf dieser Basis konnte der Vorstand die weitreichenden Veränderungen in Angriff nehmen, die notwendig waren und die zukunftsweisend sind. Auch den übrigen im vergangenen Geschäftsjahr ausgeschiedenen Mitgliedern des Aufsichtsrats gilt mein ausdrücklicher Dank für die stets konstruktive Zusammenarbeit im Interesse des Unternehmens.

Düsseldorf, 8. Dezember 2016

Der Aufsichtsrat



JÜRGEN B. STEINEMANN

Vorsitzender

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT

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

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

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

Umsetzung des Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben sich im Geschäftsjahr 2015/16 eingehend mit der Erfüllung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex befasst und im September 2016 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 5. Mai 2015 seit Abgabe der letz-

ten Entsprechenserklärung im September 2015 ohne Ausnahme entsprochen wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen, den Empfehlungen der Regierungskommission in der Fassung vom 5. Mai 2015 mit folgenden Ausnahmen zu entsprechen:

1. Ziffer 4.2.3 Abs. 2 Satz 8 DCGK

Die METRO AG bereitet die Aufteilung des Konzerns in zwei unabhängige, börsennotierte Unternehmen, eines mit dem Geschäftsbereich Wholesale & Food Specialist und eines mit dem Geschäftsbereich Consumer Electronics, vor. Das Wirksamwerden der Abspaltung wird für Mitte 2017 und damit im Laufe des kommenden Geschäftsjahres 2016/17 erwartet. Das aktuelle Vorstandsvergütungssystem, das 2014 vom Aufsichtsrat beschlossen wurde, berücksichtigt dementsprechend die geplante Aufteilung der METRO GROUP nicht. Vor diesem Hintergrund werden gegenwärtig neue Vorstandsvergütungssysteme für die beiden neuen Einheiten entwickelt, die spezifisch auf die jeweilige Geschäftstätigkeit der neuen Einheiten ausgerichtet werden. Diese Vergütungssysteme sollen ab Wirksamwerden der Abspaltung eingeführt werden. In diesem Kontext wird auch über den Umgang mit den bereits begebenen Tranchen der mehrjährigen variablen Vergütung („Long Term Incentive“) entschieden. Es werden also erwartungsgemäß sowohl hinsichtlich der einjährigen variablen Vergütung („Short Term Incentive“) als auch hinsichtlich der mehrjährigen variablen Vergütung die Erfolgsziele und Vergleichsparameter innerhalb des kommenden Geschäftsjahres geändert. Durch diese unterjährige Anpassung wird erwartungsgemäß einmalig von der Empfehlung gemäß Ziffer 4.2.3 Abs. 2 Satz 8 DCGK abgewichen. Nach dieser Empfehlung soll hinsichtlich der variablen Teile der Vorstandsvergütung eine nachträgliche Änderung der Erfolgsziele oder der Vergleichsparameter ausgeschlossen sein.

2. Ziffer 7.1.2 Satz 4 DCGK

Die geplante Aufteilung des Konzerns soll der Hauptversammlung der METRO AG im Februar 2017 zur Zustimmung vorgelegt werden. Der Geschäftsbereich Wholesale & Food Specialist wäre nach Zustimmung der Hauptversammlung in der Bilanz der METRO AG als sog. nicht fortgeführte Aktivitäten („Discontinued Operations“) im Sinne von IFRS 5 auszuweisen und nach Wirksamwerden der Abspaltung zu dekonsolidieren. Beide Schritte sind insbesondere angesichts der Größe des abgespaltenen Geschäftsbereichs mit einem signifikant erhöhten Aufwand verbunden. Infolgedessen werden die betroffenen Zwischenberichte (erwartungsgemäß zum 31. März 2017 und zum 30. Juni 2017) zwar innerhalb der gesetzlichen Fristen, erwartungsgemäß aber – abweichend von der Empfehlung gemäß Ziffer 7.1.2 Satz 4 DCGK – nicht binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich sein.“

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

Der Deutsche Corporate Governance Kodex enthält zusätzlich zu den Empfehlungen auch Anregungen, zu deren Umsetzung börsennotierte Gesellschaften Stellung nehmen sollten, aber nicht müssen. Die METRO AG folgt der ganz überwiegenden Anzahl von Kodexanregungen. Im Geschäftsjahr 2015/16 hat das Unternehmen lediglich eine Anregung nicht vollständig umgesetzt:

Ziffer 2.3.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex regt an, den Aktionären die Verfolgung der Hauptversammlung über moderne Kommunikationsmedien wie das Internet zu ermöglichen. Die METRO AG hat sich im Geschäftsjahr 2015/16 – wie in den Vorjahren – darauf beschränkt, die Rede des Vorstandsvorsitzenden zu übertragen. Diese Praxis soll fortgesetzt werden.

Aufgaben- und Verantwortungsteilung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

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

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

Der Aufsichtsrat der METRO AG setzt sich gemäß den Regelungen des Mitbestimmungsgesetzes, des Aktiengesetzes und der Satzung aus zehn Vertretern der Anteilseigner und zehn Vertretern der Arbeitnehmer und zu jeweils mindestens 30 Prozent aus Frauen beziehungsweise Männern (also jeweils mindestens sechs) zusammen. Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands, berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung, auch im Hinblick auf das Erreichen der langfristigen Unternehmensziele. Der Vorstand bezieht den Aufsichtsrat in die Planungen für die weitere Entwicklung der METRO GROUP ebenso ein wie in Entscheidungen über bedeutende Maßnahmen. Außer den gesetzlich vorgesehenen Zustimmungspflichten hat der Aufsichtsrat weitere eigene Zustimmungsvorbehalte für bestimmte Maßnahmen und Geschäfte des Vorstands festgelegt.

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

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

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

Ziele für die Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats

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

Anforderungen an die Besetzung des Vorstands

Die Entscheidungen des Aufsichtsrats über die Zusammensetzung des Vorstands erfolgen auf der Basis einer sorgfältigen Analyse der bestehenden und zukünftigen unternehmerischen

Herausforderungen. Potenzielle Vorstandsmitglieder müssen nicht nur über eine grundlegende allgemeine Qualifikation verfügen, sondern für das Unternehmen in seiner konkreten Situation und in Anbetracht künftiger Aufgaben geeignet sein.

Vielfalt im Vorstand

Bei der Bestellung von Vorstandsmitgliedern berücksichtigt der Aufsichtsrat auch die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Insbesondere achtet der Aufsichtsrat im Sinne des Kodex auf Vielfalt und strebt eine angemessene Berücksichtigung von Frauen an. Im Geschäftsjahr 2015/16 gehörte dem Vorstand der METRO AG noch keine Frau an.

Gemäß dem Gesetz zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen hat der Aufsichtsrat im Kalenderjahr 2015 Zielgrößen und Fristen für die Erhöhung des Frauenanteils im Vorstand beschlossen. Nach Maßgabe des Gesetzes durfte die erste Frist dabei nicht länger als bis zum 30. Juni 2017 reichen. Bis zu diesem Datum wird dem Vorstand der METRO AG voraussichtlich weiterhin keine Frau angehören. Langfristig, das heißt bis zum 30. Juni 2022, soll dem Vorstand nach der Planung des Aufsichtsrats mindestens eine Frau angehören. Um diese Zielsetzung zu erreichen, wird der Aufsichtsrat in den kommenden Jahren einen Schwerpunkt auf die Suche nach qualifizierten Kandidatinnen legen.

Anforderungen an die Besetzung des Aufsichtsrats

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

Vielfalt im Aufsichtsrat

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

Die Vertretung von Frauen und Männern im Aufsichtsrat der METRO AG folgt den Vorgaben des 2015 in Kraft getretenen Gesetzes zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst. Die Vertreter der Arbeitnehmer und der Anteilseigner streben an, die für den Aufsichtsrat der METRO AG geltende Geschlechterquote in Höhe von 30 Prozent gesondert zu erfüllen. Dem Aufsichtsrat gehören derzeit (Stand: November 2016) jeweils drei weibliche Mitglieder auf der Seite der Arbeitnehmer und der Seite der Anteilseigner an.

Unabhängigkeit des Aufsichtsrats

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

Bilanz- und Prüfungsausschuss, Unabhängigkeit des Ausschussvorsitzenden

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

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

Potenzielle Interessenkonflikte im Aufsichtsrat / Dauer der Zugehörigkeit und Altersgrenze

Um potenziellen Interessenkonflikten vorzubeugen, sind die Wahrnehmung von Organfunktionen und Beratungsaufgaben sowie Mitgliedschaften in Kontrollgremien in- und ausländischer direkter, wesentlicher Konkurrenzunternehmen unver-

einbar mit einer Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der METRO AG. Diese auch in der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats niedergelegte Vorgabe ist bei der Ermittlung von Kandidaten für den Aufsichtsrat zu berücksichtigen.

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

Auch die letztgenannten Zielsetzungen werden durch den Aufsichtsrat der METRO AG aktuell erfüllt. Kein Mitglied übt ein Aufsichtsmandat bei direkten, wesentlichen Konkurrenzunternehmen aus. Die selbst gesetzten Regeln für die Dauer der Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat der METRO AG wurden im Geschäftsjahr 2015/16 ohne Feststellung eines Ausnahmefalls eingehalten. Ein Mitglied des Aufsichtsrats hat 2015 das 75. Lebensjahr vollendet und soll dem Gremium weiter bis zur Beendigung der Hauptversammlung angehören, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2016/17 beschließt. Ein weiteres Mitglied wird sein 75. Lebensjahr während der laufenden Amtszeit vollenden. Der Aufsichtsrat der METRO AG hat in beiden Fällen einen begründeten Ausnahmefall festgestellt. Die fundierten individuellen Kenntnisse und Erfahrungen der betroffenen Mitglieder wurden als besonders wertvoll für die künftige Aufsichtsratsarbeit bewertet.

Compliance und Risikomanagement

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

Das Compliance-Managementsystem zielt darauf ab, Regelverstößen im Unternehmen systematisch und dauerhaft vorzubeugen, diese aufzudecken und zu sanktionieren. Dazu identifiziert die METRO GROUP regelmäßig verhaltensbedingte Compliance-Risiken, etabliert die erforderlichen organisatorischen Strukturen und lässt die Risiken konsistent durch die

jeweils verantwortlichen Fachbereiche steuern und kontrollieren. Im Rahmen des systematischen Berichtswesens werden die wesentlichen Compliance-Risiken und -Maßnahmen transparent dargestellt und dokumentiert. Durch Mitarbeiterbefragungen, interne Kontrollen und Prüfungshandlungen wird fortlaufend ermittelt, welche Weiterentwicklungen des Compliance-Managementsystems sinnvoll sind.

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

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

Im Geschäftsjahr 2015/16 hat die METRO AG ihre Steuerungssysteme weiterentwickelt. Zudem wurden ausgewählte Teilbereiche auf ihre Wirksamkeit hin überprüft. Die Ergebnisse der Analysen haben bestätigt, dass die METRO GROUP über angemessene Steuerungssysteme verfügt. Die Prüfungen bilden zudem eine wichtige Grundlage für die weitere Optimierung und fortlaufende Anpassung der Systeme an die sich ändernden Geschäftsabläufe in der METRO GROUP.

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

Transparente Unternehmensführung

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

Die Hauptversammlung

Die jährliche Hauptversammlung der METRO AG gibt den Aktionären die Möglichkeit, ihre gesetzlichen Rechte wahrzunehmen; das heißt vor allem, ihr Stimmrecht – soweit vorhanden – auszuüben und Fragen an den Vorstand der Gesellschaft zu richten. Um den Aktionären die persönliche Wahrnehmung ihrer Rechte in der Hauptversammlung zu erleichtern, stellt die METRO AG Dokumente und Informationen im Vorfeld jeder Hauptversammlung auf ihrer Website zur Verfügung.

Das Anmelde- und Legitimationsverfahren für die Hauptversammlungen der METRO AG entspricht den Vorgaben des deutschen Aktienrechts und den internationalen Standards. Jeder Aktionär, der an einer Hauptversammlung der METRO AG teilnehmen und dort gegebenenfalls sein Stimmrecht ausüben möchte, muss sich anmelden und einen Nachweis über seine Berechtigung zur Teilnahme und gegebenenfalls Ausübung des Stimmrechts erbringen. Hierfür ist ein in Textform und in deutscher oder englischer Sprache erstellter Nachweis des Anteilsbesitzes durch das depotführende Institut ausreichend. Eine Hinterlegung von Aktien ist nicht erforderlich. Der Nachweis des Anteilsbesitzes hat sich auf den Beginn des 21. Tags 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 An-

melde- 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.

Managers' Transactions, Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Gemäß Artikel 19 der Verordnung (EU) Nr. 596/2014 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 16. April 2014 über Marktmissbrauch (Marktmissbrauchsverordnung) haben Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats als Personen, die Führungsaufgaben wahrnehmen, Eigengeschäfte mit METRO-Aktien oder METRO-Schuldtiteln oder damit verbundenen Finanzinstrumenten der METRO AG mitzuteilen. Diese Meldepflicht gilt auch für Personen, die mit Organmitgliedern in enger Beziehung stehen. Eine Meldepflicht besteht aber nicht, wenn das Gesamtvolumen der Geschäfte bis zum Ende des

Kalenderjahres insgesamt einen Betrag von 5.000 € nicht übersteigt.

———— **Mitteilungen über Managers' Transactions im Geschäftsjahr 2015/16 wurden auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Investor Relations – Rechtliche Mitteilungen veröffentlicht.**

Die Gesamtanzahl aller durch Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder gehaltenen Aktien der METRO AG betrug zum 30. September 2016 weniger als 1 Prozent der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

Abschlussprüfung

Abschlussprüfungen 2015/16

Die Hauptversammlung der METRO AG hat am 19. Februar 2016 die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (KPMG) zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2015/16 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 2016 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 Fest-

stellungen oder Vorkommnisse während der Durchführung der Prüfung, sodass eine außerordentliche Berichterstattung des Abschlussprüfers an den Aufsichtsrat nicht erforderlich war. Eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Entsprechenserklärung konnte der Abschlussprüfer nicht feststellen.

Unabhängigkeit des Abschlussprüfers

Der Abschlussprüfer erfüllt zwei wichtige Funktionen. Er unterstützt den Aufsichtsrat bei der Ausübung der Unternehmenskontrolle. Zugleich ist seine Prüfungstätigkeit ein Grundstein des Vertrauens der Öffentlichkeit und insbesondere der Kapitalmarktteilnehmer in die Richtigkeit der Jahresabschlüsse und Lageberichte. Um beide Funktionen des Abschlussprüfers zu gewährleisten, ist die Unabhängigkeit des Prüfers von besonderer Bedeutung. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss der METRO AG befasst sich deshalb insbesondere auch mit der Prüfung der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers. Mit der Prüfung der Unabhängigkeit hat sich der Ausschuss auch im Rahmen des im Geschäftsjahr 2015/16 durchgeführten Ausschreibungs- und Auswahlverfahrens für die Abschlussprüfung 2016/17 gemäß Art. 16 Abs. 3 der Verordnung (EU) Nr. 537/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. April 2014 (Abschlussprüfungsverordnung) befasst.

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

39

ZIELE UND STRATEGIE

- 41 METRO GROUP
- 42 METRO
Cash & Carry
- 44 Media-Saturn
- 45 Real

→ ZIELE UND STRATEGIE

→ ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

→ KONZERNABSCHLUSS

→ SERVICE

ZIELE UND STRATEGIE

METRO GROUP

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

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

Mit ihren Produkten und Dienstleistungen richten sich unsere Vertriebslinien an gewerbliche beziehungsweise private Kunden in 29 Ländern Europas und Asiens. Um neue Zielgruppen zu gewinnen und Kunden langfristig zu binden, wandeln sich METRO Cash & Carry, Media-Saturn und Real von produktzentrierten Vertriebsunternehmen zu kunden- und serviceorientierten Systempartnern. Dazu treiben sie die Verzahnung neuer Absatzkanäle wie Belieferung und Onlinehandel sowie ergänzende Servicedienstleistungen mit dem stationären Geschäft weiter voran. Mit gezielten Investitionen in neue wachstumsstarke Unternehmen sowie eigene Geschäftsinnovationen wappnen sich die Vertriebslinien für die Herausforderungen der Märkte in der Zukunft.

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 sowie neue Geschäftsmodelle und Vertriebskanäle erschließen. Unsere operative Leistungsstärke und Attraktivität erhöhen wir außerdem, indem wir die Kostenpositionen und den Cash-

flow optimieren, unsere Margen verbessern und unsere Nettoverschuldung senken. Voraussetzung für dieses langfristig nachhaltige Wachstum ist die konsequente Ausrichtung der METRO GROUP auf den Mehrwert für unsere Kunden. Dabei lassen wir uns von fünf Schwerpunkten leiten: Transformieren, Wachsen, Optimieren, Expandieren, Innovationen treiben. Sie bilden den strategischen Rahmen für unser Geschäft und geben unserem Unternehmen über alle Vertriebslinien und Gesellschaften hinweg eine gemeinsame Richtung.

Transformieren

Ausgangspunkt aller strategischen Überlegungen sind die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden. Welche Sortimente benötigen sie? Wie möchten sie sich informieren, mit uns kommunizieren und ihre Waren beziehen? Gibt es Dienstleistungen, die wir zusätzlich anbieten können, um Verbraucher beziehungsweise Gewerbetreibende für unsere Geschäftsmodelle zu begeistern? Welche Vertriebskanäle müssen wir noch erschließen oder ausbauen, um den steigenden Anforderungen unserer 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 bildet hierfür die Grundvoraussetzung. 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 Sortimente, Formate und Leistungen. Zusätzlich passen wir selektiv das Preisniveau der Vertriebslinien an, um die eigene Wettbewerbsposition

weiter zu stärken. Nicht zuletzt richten wir die Anreizsysteme für unsere Mitarbeiter so aus, dass zusätzliche Impulse für Produktivitätssteigerungen gesetzt werden.

Optimieren

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

Expandieren

Umsatzwachstum, effiziente Prozesse und ein optimierter Cashflow bei gleichzeitiger Ergebnisstabilität oder -verbesserung bilden die Grundvoraussetzungen für künftige Expansion. Denn unser Anspruch ist es, in ein Geschäftsmodell zu investieren, das kundenorientiert, wettbewerbsfähig und nachhaltig ist. In vielen Ländern, in denen wir vertreten sind, gibt es hervorragende Möglichkeiten, unsere Präsenz auszubauen. Derzeit fokussieren wir unsere Expansion und ergreifen dadurch Chancen mit neuen Standorten und verbesserten Angeboten.

Innovationen treiben

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

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

Rahmen für nachhaltiges Wachstum

Unsere ökonomischen Ziele stehen in Einklang mit ökologischen und sozialen Anforderungen. Daher haben wir das Prinzip der Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmensstrategie verankert. Als konzernweit gültige Grundlage für die langfristi-

ge 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, für die Umwelt und für die Gesellschaft.“

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

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry verfolgt das Ziel, „Champion for Independent Business“ zu sein. Das Unternehmen möchte präferierter Partner für Kunden aus den Bereichen Gastronomie, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister sein und einen signifikanten Marktanteil bei diesen Kundengruppen erreichen. Mit Blick auf dieses Ziel arbeitet METRO Cash & Carry konsequent daran, sich von einem transaktionalen zu einem systemrelevanten Partner für die Kunden zu entwickeln, um diese ganzheitlich zu unterstützen. Die Vertriebslinie setzt dabei strategisch auf die bereits identifizierten zentralen Handlungsfelder: die Etablierung des New Operating Model sowie die stringente Umsetzung der eingeschlagenen strategischen Neuausrichtung.

New Operating Model

Im Zuge der konsequenten Ausrichtung an den Kundenbedürfnissen und Marktanforderungen hat METRO Cash & Carry im Geschäftsjahr 2014/15 das New Operating Model eingeführt. Ziel ist es, den Landesgesellschaften mehr operative Verantwortung und Gestaltungsfreiheit zu übertragen, um schneller und flexibler auf die lokale Nachfrage und spezielle Kundenbedürfnisse reagieren zu können und so das Wachstumspotenzial zu steigern. Die METRO Cash & Carry Länder wurden im Rahmen dieser Einführung in drei Cluster unterteilt: Horeca (Fokus auf Hotels, Restaurants, Caterern), Trader (Fokus auf unabhängigen Wiederverkäufern wie zum Beispiel Kioskbetreibern, Bäckern, Metzgern) sowie Multispecialists (Fokus auf Horeca, Trader und Service Companies and Offices). Die Aufteilung erfolgte dabei auf Grundlage der strategischen Fokussierung auf Kundengruppen und des erwarteten Marktpotenzials. Die Segmentleitung von METRO Cash & Carry ist gemeinsam mit dem zuständigen Vorstandsmitglied für alle drei Cluster verantwortlich. Drei Operating Partner unterstützen die Landesorganisationen mit übergreifenden kundengruppenspezifischen Maßnahmen. Im Rahmen des New Operating Models wurde eine neue Strategie- und Finanzplanung in Form von Wertschöpfungsplänen (Value Creation Plans) eingeführt. Alle METRO Cash & Carry Länder erstellten bis Ende des Geschäftsjahres

2015/16 ihre eigenen, auf den jeweiligen Markt und die Kunden ausgerichteten Pläne und starteten die Umsetzung.

Das neue Modell ist angelehnt an das Konzept der Active Ownership. Es stärkt das unternehmerische Denken und Handeln in den Landesgesellschaften und stellt somit einen weiteren Schritt zur Förderung des Unternehmergeists in der Organisation dar. Die Themen Marke, Qualität, Personal, Finanzen sowie Recht und Compliance werden weiterhin zentral gesteuert.

Neben den kundenspezifischen Länderclustern werden auch Fokusthemen mit unternehmensübergreifender Relevanz wie Belieferungsservice, Lieferkette oder Einkauf gebündelt. Jedes dieser Themen wird von einem Operating Partner verantwortet. Darüber hinaus wird der unternehmensweite fachliche Austausch durch sogenannte Federations gezielt vorangetrieben. Dabei handelt es sich um länderübergreifende Arbeitsgruppen, die übergeordnete Themen wie zum Beispiel Belieferungsservice eigenverantwortlich forcieren, Best-Practice-Austausch fördern und mögliche Skaleneffekte heben.

Umsetzung der eingeschlagenen strategischen Neuausrichtung

Die konsequente Ausrichtung auf den Kunden mit dem Ziel, Mehrwert zu schaffen, ist sowohl im Leitbild als auch in der Strategie von METRO Cash & Carry verankert. Alle Maßnahmen – inklusive derjenigen zur strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens – starten aus der Kundenperspektive und werden verbunden mit der Fragestellung, inwieweit hierdurch Kundenmehrwert generiert werden kann. Eine wichtige Basis hierfür ist es, die Bedürfnisse des Kunden und dessen Geschäftsmodell ganzheitlich zu verstehen. Auf diese Weise gelingt es METRO Cash & Carry, nicht nur Produkte, sondern vielmehr Lösungen anzubieten und dadurch die Kundenbeziehung zu einer nachhaltigen Partnerschaft zu entwickeln.

Optimieren und Transformieren

METRO Cash & Carry ist mit Standorten in 25 Ländern in Europa und Asien vertreten. Die Märkte in den Ländern haben unterschiedliche Reifegrade und entsprechend unterschiedlich ausgeprägte Schwerpunkte in Bezug auf die Zielkunden- gruppen. Da sich die Entwicklungsstadien der Länder kontinuierlich ändern, ist es notwendig, relevante Veränderungen frühzeitig zu erkennen und die lokalen Geschäftsmodelle entsprechend anzupassen. Dies wird durch die Wertschöpfungspläne sichergestellt. So wurde beispielsweise das Geschäftsmodell in Belgien und den Niederlanden durch die

Reduzierung der Fläche in den Märkten optimiert. Mit Blick auf die sich ändernden Kundenbedürfnisse und Marktgegebenheiten wird METRO Cash & Carry sein Portfolio weiterhin kontinuierlich daraufhin überprüfen, ob strategische Ziele hinsichtlich profitablen Wachstums, Marktanteilen oder Unternehmenswertsteigerung realisiert werden können.

Wachsen und Expandieren

Wachstum ist ein wesentlicher Bestandteil der Strategie. Ein wichtiger Bestandteil hierfür sind die Großmärkte, die dazu beigetragen haben, dass METRO Cash & Carry bereits 13 Quartale in Folge ein flächenbereinigtes Umsatzplus erzielt hat. Darüber hinaus konnte die Vertriebslinie ihre Präsenz durch die Eröffnung von insgesamt 17 weiteren Großmärkten in den Expansionsländern Russland, Indien, China und Türkei stärken.

Auch der Ausbau des Belieferungsgeschäfts wurde weiterhin forciert. So wurden beispielsweise in Deutschland drei und in China ein neues Belieferungsdepot eröffnet, um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. Der Belieferungsumsatz stieg im Geschäftsjahr 2015/16 um 18 Prozent und beläuft sich mittlerweile auf rund 13 Prozent des Umsatzes von METRO Cash & Carry. Zu dieser positiven Entwicklung tragen auch die Übernahme und erfolgreich vorangetriebene Integration der Classic Fine Foods Group bei sowie die Akquisition des führenden deutschen Lebensmittelbelieferungsservice Rungis Express im Februar 2016. Mit der im Juli 2016 unterzeichneten Vereinbarung zur Übernahme des französischen Lebensmittellieferanten Pro à Pro wird METRO Cash & Carry darüber hinaus künftig das Leistungsangebot für die Kunden auf dem französischen Markt erweitern. Das Closing der Transaktion steht noch aus.

Innovationen treiben

Innovation sowohl im Kerngeschäft Großhandel und in der Belieferung als auch im Zielkundengruppenmanagement ist ein weiterer elementarer Teil der Strategie von METRO Cash & Carry. Für das Unternehmen bedeutet dies vor allem, relevante Trends im Markt frühzeitig zu identifizieren, die sich verändernden Kundenbedürfnisse zu erkennen und konkrete Lösungen abzuleiten. METRO Cash & Carry unterstützt die Entwicklung innovativer, digitaler Lösungen für die Gastronomie unter anderem mit dem METRO Accelerator powered by Techstars. Das Unternehmen nutzt das gemeinsam mit dem US-amerikanischen Unternehmen Techstars realisierte Programm, um Mehrwert und Innovationen zu erschließen und an Kunden aus der Restaurant- und Hotelbranche weiterzugeben. Die teilnehmenden Start-ups profitieren wiederum vom

enormen Netzwerk der beiden Partner. Nach der erfolgreichen ersten Runde des Accelerator-Programms im Geschäftsjahr 2014/15, für die elf Start-ups ausgewählt worden waren, startete im Herbst 2016 die zweite Runde mit zehn internationalen Start-ups.

Media-Saturn

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

Kundenmehrwert erhöhen

Das Kundenkaufverhalten hat sich durch die zunehmende Vernetzung der Verkaufskanäle umfassend verändert. Noch vor wenigen Jahren fungierte der stationäre Markt als Start- und Endpunkt des Kaufprozesses. Heute hingegen findet dieser Prozess von der Entscheidung für ein Produkt oder einen Service bis hin zum Abschluss auf allen Wegen – digital und physisch – statt. Dazu sind die Vertriebsmarken Media Markt und Saturn zu Multichannel-Händlern ausgebaut worden. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden zusätzliche Mehrwerte für Kunden etabliert: Das Konzept Same-Day-Delivery (Lieferung am selben Tag) wurde in Deutschland und anderen Ländern konsequent ausgebaut, damit Kunden gekaufte Produkte noch schneller erhalten können. Weitere neue Services ermöglicht der Zukauf des Reparaturdienstleisters RTS im August 2015. So können Kunden in vielen Märkten in Deutschland PCs direkt beim Kauf einrichten und defekte Produkte wie Smartphones im Markt reparieren lassen. Die Ausweitung dieser Services ist auch international vorgesehen. Zur Bindung von Kunden hat Media Markt in fünf Ländern bereits das Programm Media Markt Club etabliert. Ein ähnliches Programm für Saturn ist in Vorbereitung. Darüber hinaus wird Media-Saturn seiner Mission als täglicher Begleiter, Partner und Navigator durch neue Inhaltsangebote gerecht. So führten Media Markt und Saturn sogenannte Content-Marketing-Angebote ein, beispielsweise turn-on.de in Deutschland und mediatrends.es in Spanien. Dabei handelt es sich um redaktionelle Angebote zu Consumer Electronics, die die Zeit der Kunden mit der jeweiligen Media-Saturn-Marke (Time with Brand) erhöhen.

Transformieren und Wachsen

Um den veränderten Kundenanforderungen darüber hinaus gerecht zu werden, hat das Unternehmen sein Portfolio an Standorten und Formaten konsequent weiterentwickelt. Anstatt eines einheitlichen europaweiten Konzepts realisierte Media-Saturn auf Basis einer neuen Format- und Konzeptstrategie innovative Marktformate. So wurden beispielsweise in der Türkei, in der Schweiz sowie im Berliner Hauptbahnhof Märkte eröffnet, die einen kleineren Zuschnitt als klassische Standorte haben. In Russland und der Türkei führte die Vertriebslinie seit September 2015 insgesamt sechs sogenannte Shop-in-Shop-Märkte in METRO Cash & Carry Großmärkten ein. In Barcelona eröffnete im Juli 2016 der erste Digital Store von Media Markt. Auf einer Fläche von 400 Quadratmetern kann der Kunde in dem Pilotmarkt rund 5.000 digital präsentierte Produkte direkt kaufen, auf mehr als 200 Services zugreifen und die Vorteile digitaler Technologie im Markt erleben. Dazu zählen beispielsweise die Nutzung von Virtual-Reality-Endgeräten, regelmäßige Trainingskurse etwa zur Nutzung von Digitalkameras sowie eine digitale Spielecke für Kinder.

Optimieren

Die Anforderungen von Kunden sind lokal unterschiedlich und ändern sich zudem stetig. Um Kunden zu binden und ihre Zufriedenheit zu erhöhen, ist es essenziell, schnell auf veränderte Anforderungen zu reagieren. Aus diesem Grund hat Media-Saturn sich im Geschäftsjahr 2015/16 strukturell weiterentwickelt und ein neues Operating Model eingeführt. Damit verlagert die Vertriebslinie Entscheidungsbefugnisse und Verantwortung noch weiter an das operative Geschäft, um schneller und flexibler auf Anforderungen reagieren zu können. Die Marktgeschäftsführer behalten ihre unternehmerische Rolle und übernehmen die Funktion des Chief Customer Officer, der in erster Linie die Zufriedenheit seiner Kunden verantwortet. Die Landesgesellschaften werden zu aktiven Portfoliomanagern. Ihre Aufgabe ist es, in den Ländern die unterschiedlichen Vertriebsmarken und Flächenkonzepte jeweils optimal auszusteuern und dadurch möglichst hohe Marktanteile und viele Kunden zu erreichen. Die Media-Saturn-Holding konzentriert sich auf ihre Rolle als übergeordnete Strategieinstanz sowie auf Governance-Themen und nimmt übergreifende Funktionen wahr.

Innovationen treiben

Im Geschäftsjahr 2015/16 hat Media-Saturn Innovationen in den drei Bereichen „Neue Geschäftsmodelle“, „Digitale Innovation“ sowie „Produkt & Service Innovation“ weiter vorangetrieben. Im Rahmen des 2015 gegründeten Tech-Accelerators Spacelab investierte Media-Saturn in der ersten Runde des Programms in vier Start-up-Unternehmen aus dem Bereich Service. Sie durchliefen ein umfassendes Mentoring und realisierten mit der Vertriebslinie Pilotprojekte in zahlreichen Märkten der Vertriebsmarken. Überdies hat sich die METRO GROUP als Minderheitsgesellschafter an einem der teilnehmenden Unternehmen, der Deutschen Technikberatung, beteiligt.

Im Bereich „Digitale Innovation“ hat Media-Saturn europaweit die Märkte mit digitalen Preisschildern ausgestattet. Diese reduzieren den Aufwand für Preisänderungen und ermöglichen es künftig den Kunden, per Smartphone vom Preisschild ergänzende Produktinformationen abzurufen. Zudem testet Media-Saturn, wie Virtual Reality (VR) Kunden beim Einkaufen helfen kann: In den Saturn-Märkten Berlin und Ingolstadt können Küchen im virtuellen Raum konfiguriert und angeschaut werden. Durch diese und weitere Angebote konnten viele Kunden ihre erste Erfahrung mit High-End-Headsets im Virtual-Reality-Bereich in den Märkten des Unternehmens machen. Zudem wurden mehrere Tests bei Themen wie In-store-Navigation und Robotik gestartet.

Auf dem Gebiet „Produkt & Serviceinnovation“ etablierte Media-Saturn in zahlreichen Märkten neue Produktgattungen. So sind mittlerweile sowohl Elektrofahrräder als auch Roboter und sogenannte Hoverboards bei Media Markt und Saturn verfügbar.

Real

Real hat im Geschäftsjahr 2015/16 das Fundament für eine strategische Neuausrichtung gelegt. In diesem Zusammenhang hat unsere Vertriebslinie Kosten und Strukturen weiter angepasst, das Vertriebsnetz optimiert, die Modernisierung des Ladennetzes vorangetrieben sowie das Onlinegeschäft weiter ausgebaut. Zudem wurden Geschäftsprozesse effizienter gestaltet und neue Synergien geschaffen: Seit Anfang Oktober 2015 kooperiert Real mit der Privates Handelshaus Deutschland GmbH (PHD), der Einkaufsgemeinschaft von Bartels-Langness, Georg Jos. Kaes und Klaas & Kock. Beide Kooperationspartner profitieren von dem gebündelten Einkauf, dessen Volumen rund 7 Prozent des deutschen Handels im Bereich der

Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) umfasst. Weitere Synergieeffekte erzielt Real durch die im April 2015 realisierte Kooperation mit der Markant Handels- und Industriewaren-Vermittlungs AG, die seither für die Verrechnung des gesamten Warengeschäfts von Real zuständig ist. Ziel der Vertriebslinie ist es, die Neuausrichtung weiter voranzutreiben, um so die Profitabilität in den kommenden Jahren nachhaltig zu steigern. Real hat im Zuge der Neuausrichtung ein neues Konzept für ausgewählte Standorte entwickelt, das erstmals im Markt in Krefeld getestet wird. Ziel des sogenannten Hybrid-Store-Konzepts ist es, Warenangebot und Service auf die individuellen Bedürfnisse verschiedener Kundengruppen abzustimmen und den Modernisierungsprozess im Handel weiter voranzutreiben. Dazu setzt Real auf Neuerungen, die sowohl emotionale als auch rationale Kundenwünsche berücksichtigen. So bietet der Testmarkt Krefeld beispielsweise Pizza, Pasta und Sushis aus frischer Zubereitung, inszeniert eigens definierte Schlüsselwarengruppen (Destinations) neu, präsentiert Waren mit mehr Service und Beratung und baut digitale Vernetzungsmöglichkeiten und Angebote wie E-Coupons, E-Bons und Apps weiter aus. Auf diese Weise möchte Real Zielkundengruppen spezifischer ansprechen sowie neue Kunden hinzugewinnen.

Ein wichtiger Baustein dieser Strategie ist die deutliche Stärkung der Kundenorientierung. Um eine Grundlage für konkrete Maßnahmen zu schaffen, hat Real die Kundenbedürfnisse detailliert analysiert. Mit der klaren Fokussierung auf hohe Servicequalität sowie auf Kundenorientierung sollen sowohl das Produkt- und Dienstleistungsangebot als auch die entsprechende Mitarbeiterqualifikation kontinuierlich verbessert werden.

Real definiert mit dem Hybridansatz die Leitplanken für das zukünftige Handeln und strebt an, damit einen maßgeblichen Beitrag zu einer verbesserten Ergebnissituation zu leisten. Das Hybrid-Store-Konzept ergänzt weitere Maßnahmen der Neuausrichtung, die in den vergangenen Jahren bereits erfolgreich umgesetzt oder angestoßen wurden. Dazu zählen unter anderem die fortlaufende Portfoliooptimierung, die Umsetzung des Effizienzprogramms für wettbewerbsfähige Kostenstrukturen sowie die Anpassung der Tarifstruktur durch einen direkt zwischen Real und der Gewerkschaft Verdi auszuhandelnden Zukunftstarifvertrag.

Auch in den Bereichen Nachhaltigkeit, Onlinegeschäft und Innovation hat sich Real klare Ziele gesetzt. Die Vertriebslinie strebt an, ihre Treibhausgasemissionen bis 2030 pro Quadratmeter Verkaufsfläche um mindestens 50 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2011 zu reduzieren. Dafür investiert Real unter

anderem in die energetische Sanierung der Märkte, in neue Kühltheken für die Verkaufsräume, den Einsatz neuer Leuchtmittel sowie Optimierungen im Entsorgungsbereich. Zudem hat Real im Geschäftsjahr 2015/16 eine Einkaufsrichtlinie mit dem Ziel verabschiedet, bis 2019 den Anteil nachhaltiger Produkte auf 30 Prozent des Gesamtsortiments auszubauen.

Auch Innovationen treibt Real gezielt voran – unter anderem im Bereich Mobile Payment. Bereits heute können Kunden bei Real

mobil Punkte sammeln, mobil bezahlen und sich den Kassenschein auf das Mobiltelefon schicken lassen. Mit Blick auf die steigende Nachfrage baut Real zudem im nächsten Geschäftsjahr sowohl das Onlineangebot als auch den Lieferservice weiter aus. Durch den Kaufvertrag zur Übernahme des Kölner Shoppingportals Hitmeister im März 2016 stärkt die Vertriebslinie ihre Wettbewerbsfähigkeit und forciert das Wachstum des Onlinegeschäfts.

47

ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT

- 49 Überblick über das
Geschäftsjahr 2015/16
und Prognose
- 51 Grundlagen des Konzerns
 - 51 Geschäftsmodell des Konzerns
 - 54 Steuerungssystem
 - 56 Innovationsmanagement
 - 60 Nachhaltigkeitsmanagement
 - 70 Mitarbeiter
 - 85 Merkmale des rechnungslegungs-
bezogenen internen Kontroll- und
Risikomanagementsystems sowie
erläuternder Bericht des Vorstands
- 89 Wirtschaftsbericht
 - 89 Gesamtwirtschaftliche und branchen-
bezogene Rahmenbedingungen
 - 94 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
 - 94 Finanz- und Vermögenslage
 - 101 Ertragslage
- 112 Nachtrags- und
Prognosebericht
- 117 Risiko- und Chancenbericht
- 135 Vergütungsbericht
- 151 Angaben gemäß § 315
Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB
sowie erläuternder Bericht
des Vorstands
- 158 Ergänzende Angaben
für die METRO AG
(gemäß HGB)

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

Überblick über das Geschäftsjahr 2015/16 und Prognose

Ertragslage

- Umsatz der METRO GROUP stieg im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt um 0,2 Prozent
- Berichteter Umsatz sank im Geschäftsjahr 2015/16 aufgrund negativer Wechselkurs- und Portfolioeffekte um 1,4 Prozent auf 58,4 Mrd. € (in lokaler Währung: +0,4 Prozent)
- EBIT aus fortgeführten Aktivitäten vor Sonderfaktoren: 1.560 Mio. € (2014/15: 1.511 Mio. €) trotz negativer Wechselkurseffekte in Höhe von 70 Mio. €
- Periodenergebnis vor Sonderfaktoren: 727 Mio. € (2014/15: 688 Mio. €)
- Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren verbesserte sich auf 1,96 € (2014/15: 1,91 €)

Finanz- und Vermögenslage

- Nettoverschuldung sank um 0,2 Mrd. € auf 2,3 Mrd. € (30.9.2015: 2,5 Mrd. €)
- Investitionen lagen bei 1,4 Mrd. € (2014/15: 1,4 Mrd. €)
- Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit erreicht 1,6 Mrd. € (2014/15: 1,8 Mrd. €)
- Bilanzsumme beträgt 25,0 Mrd. € (30.9.2015: 27,7 Mrd. €)
- Eigenkapital: 5,3 Mrd. € (30.9.2015: 5,2 Mrd. €); Eigenkapitalquote: 21,4 Prozent (30.9.2015: 18,7 Prozent)
- Langfristiges Rating: BBB- (Standard & Poor's)

Prognose der METRO GROUP

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

Aufgrund der noch im Geschäftsjahr 2016/17 geplanten Aufteilung des Konzerns in zwei unabhängige Unternehmen mit klarem Fokus auf das Groß- und Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft einerseits und das Unterhaltungselektronikhandelsgeschäft andererseits wird es, falls die Hauptversammlung am 6. Februar 2017 der Aufteilung erwartungsgemäß zustimmt und die Aufteilung im Geschäftsjahr 2016/17 wie geplant wirksam wird, zu einer Anpassung der Prognose kommen.

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2016/17 erwartet die METRO GROUP – trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds – ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes. Für die Vertriebslinie Real wird von einer leichten Verbesserung der Entwicklung im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015/16 ausgegangen.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 0,2 Prozent im Berichtsjahr wieder von einem leichten Anstieg aus. Dazu sollen insbesondere die Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen. Für die Vertriebslinie Real wird von einer leichten Verbesserung der Entwicklung im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015/16 ausgegangen.

Ergebnis

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2016/17 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld – auch beeinflusst durch politische Entwicklungen – geprägt sein.

Dennoch ist die METRO GROUP zuversichtlich, das Ergebnis weiter leicht zu steigern. In diesem Zusammenhang legt die METRO GROUP außer auf operative Verbesserungen wieder einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle und erwartet in diesem Zusammenhang letztmalig Sonderfaktoren, mit denen die Transformation der METRO GROUP erfolgreich abgeschlossen wird.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP insgesamt eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2015/16 in Höhe von 1.560 Mio. €, allerdings inklusive leicht niedrigerer Erträge aus Immobilienveräußerungen als im Vorjahr. Zur leichten operativen Ergebnissteigerung sollen METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen.

– GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Geschäftsmodell des Konzerns

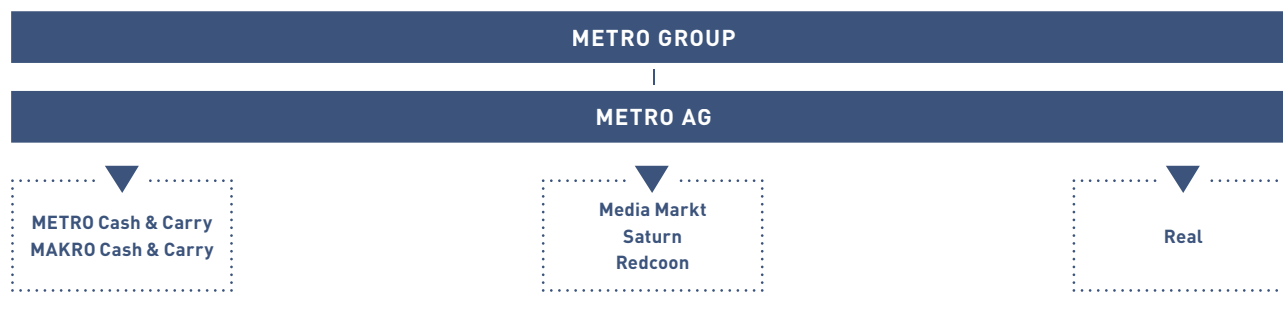
Die Struktur der METRO GROUP ist durch eine klare Zuteilung der Verantwortlichkeiten gekennzeichnet. An der Spitze des Konzerns steht die METRO AG. Als zentrale Managementholding nimmt sie Aufgaben der Konzernführung wahr. Dies sind insbesondere die Bereiche Finanzen, Controlling, Recht und Compliance.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

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

METRO Cash & Carry ist in unserem Unternehmen für den Großhandel zuständig, Media-Saturn für Elektrofachhandel und Real für Hypermärkte. Alle Vertriebslinien haben die volle Verantwortung für ihre gesamte Wertschöpfungskette.

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

METRO GROUP im Überblick



Die METRO GROUP im Überblick



METRO Cash & Carry ist international führend im Selbstbedienungsgroßhandel. Mit den Marken METRO und MAKRO ist die Vertriebslinie in 25 Ländern Europas und Asiens vertreten. Das Produkt- und Lösungsangebot der Großmärkte ist speziell auf die Anforderungen gewerblicher Kunden zugeschnitten. Dazu zählen vor allem Hotels, Restaurants, Cateringunternehmen, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister und Behörden. Außer im Selbstbedienungsgroßhandel ist die Vertriebslinie auch im Bereich Food Service Distribution (FSD) tätig, unter anderem mit der seit August 2015 zum Unternehmen gehörenden Classic Fine Foods Group (CFF), die in 25 Großstädten in 14 überwiegend asiatischen Ländern vertreten ist. Sie beliefert Premiumhotels, -restaurants und -cateringunternehmen. Im Geschäftsjahr 2015/16 hat die METRO GROUP diesen Bereich durch weitere Übernahmen in Europa ergänzt: Im April 2016 schloss sie die Akquisition von Rungis Express, einem in Deutschland ansässigen Premium-Lebensmittellieferanten, ab, zu dem auch der Schweizer Premium-Lebensmittellieferant Fideco gehört. Im Juli 2016 hat die METRO GROUP den Kaufvertrag für den französischen Lebensmittellieferanten für gewerbliche Kunden Pro à Pro unterzeichnet. Das Closing der Transaktion steht noch aus. Der im Geschäftsjahr 2013/14 eingeleitete Verkauf der Großhandelsaktivitäten in Vietnam wurde mit Erhalt des Kaufpreises im Januar 2016 erfolgreich abgeschlossen.



Media-Saturn ist Europas führendes Handelsunternehmen für Unterhaltungselektronik sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Die Unternehmensgruppe versteht sich als verantwortungsvoller und nachhaltiger Partner, täglicher Begleiter und Navigator für Konsumenten in einer immer digitaler werdenden Welt. Media-Saturn geht mit seinem Portfolio an Formaten und Marken flexibel auf die Ansprüche unterschiedlicher Kundengruppen und Länder ein: Zum Unternehmen zählen die Marken Media Markt und Saturn, die ihre mehr als 1.000 stationären Märkte umfassend mit Onlinevertriebsplattformen vernetzen. Zudem betreibt die Unternehmensgruppe reine Onlineanbieter wie Redcoon und iBOOD sowie die digitale Entertainmentplattform Juke.



Real zählt zu den führenden Hypermarkt-Betreibern in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Onlinevertrieb aktiv. Die Hypermärkte zeichnen sich durch einen großen Anteil an hochwertigen Frischeprodukten, ein vielfältiges Sortiment an Nichtlebensmitteln und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Im März 2016 hat Real den Kaufvertrag zur Übernahme des Shoppingportals Hitmeister unterzeichnet und forciert damit das Wachstum des Onlinegeschäfts.

Standortportfolio nach Ländern und Segmenten

	METRO Cash & Carry ¹		Media-Saturn		Real		METRO GROUP	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Deutschland	107	106	417	424	293	285	817	815
Belgien	15	16	23	23			38	39
Frankreich	93	94					93	94
Italien	48	49	110	111			158	160
Luxemburg			2	2			2	2
Niederlande	17	17	49	49			66	66
Österreich	12	12	48	49			60	61
Portugal	10	10	9	9			19	19
Schweden			27	27			27	27
Schweiz			27	28			27	28
Spanien	37	37	77	79			114	116
Westeuropa (ohne Deutschland)	232	235	372	377			604	612
Bulgarien	11	11					11	11
Griechenland			10	11			10	11
Kasachstan	7	6					7	6
Kroatien	8	9					8	9
Moldawien	3	3					3	3
Polen	41	30	79	83			120	113
Rumänien	31	30					35 ²	34 ²
Russland	84	89	67	61			151	150
Serbien	10	10					10	10
Slowakei	6	6					6	6
Tschechien	13	13					13	13
Türkei	29	32	41	45			70	77
Ukraine	32	32					32	32
Ungarn	13	13	21	22			34	35
Osteuropa	288	284	218	222			510²	510²
China	82	86					82	86
Indien	18	23					18	23
Japan	9	9					9	9
Pakistan	9	9					9	9
Vietnam	19	0					19	0
Asien	137	127					137	127
International	657	646	590	599			1.251²	1.249²
METRO GROUP	764	752	1.007	1.023	293	285	2.068²	2.064²

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

² Inklusive vier Standorten im Segment Sonstige

Steuerungssystem

Die konsequente Ausrichtung der METRO GROUP auf den Mehrwert für den Kunden spiegelt sich auch in unserem internen Steuerungssystem wider. Vorrangiges Ziel ist es, den Unternehmenswert durch die strategische Fokussierung auf den Kundenmehrwert nachhaltig zu steigern. Zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Geschäftstätigkeiten setzt die METRO GROUP daher 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 Ertragskraft (EBIT) und einen optimierten Kapitaleinsatz. Die bedeutsamsten Kennzahlen für die METRO GROUP sind Umsatzwachstum und EBIT vor Sonderfaktoren.

Die steuerungsrelevanten Kennzahlen werden grundsätzlich entsprechend der nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellten Kennzahlen des Konzernabschlusses ermittelt, namentlich Umsatzwachstum, Ergebnis je Aktie, Periodenergebnis sowie Cashflow vor Finanzierungstätigkeit.

Zudem wird die METRO GROUP mit alternativen Leistungskennzahlen gesteuert, im Einzelnen mit flächenbereinigtem Umsatzwachstum in Landeswährung, EBIT vor Sonderfaktoren, EBITDA vor Sonderfaktoren, Investitionen, Nettobetriebsvermögen, Nettoverschuldung, EBIT after Cost of Capital und Return on Capital Employed (RoCE). Die METRO GROUP ist der Ansicht, dass diese alternativen Kennzahlen den Abschlussadressaten zusätzliche nützliche Informationen über die zugrunde liegende Geschäftsentwicklung und die derzeitige Position der METRO GROUP vermitteln und unterstützend für die Analyse der Leistungsfähigkeit der METRO GROUP herangezogen werden können. Diese alternativen Kennzahlen werden stetig und einheitlich ermittelt, sodass eine geschäftsjahresübergreifende Vergleichbarkeit gegeben ist. Sie sind jedoch nicht nach IFRS definiert und somit nicht direkt mit Kennzahlen anderer Unternehmen vergleichbar und stellen demnach keinen Ersatz für Kennzahlen nach IFRS dar.

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. Die Prognose erfolgt hierbei regelmäßig basierend auf der zum Prognosezeitpunkt aktuellen Konzernstruktur.

Steuerungskennzahlen der Ertragslage

Als elementare Steuerungsgröße des operativen Geschäfts weisen wir das Umsatzwachstum entsprechend sowohl als Gesamtumsatz in Euro und in Landeswährung als auch flächenbereinigt in Landeswährung aus. Anpassungen der Konzernstruktur werden als Portfoliomaßnahmen gesondert erläutert.

Das flächenbereinigte Umsatzwachstum bezeichnet das Umsatzwachstum in Lokalwährung auf vergleichbarer Fläche beziehungsweise bezogen auf ein vergleichbares Panel an Standorten oder Vertriebskonzepten wie Online und Belieferung. Es gehen nur Umsätze von Standorten ein, die mindestens ein Jahr vergleichbare Historie vorweisen. Demnach sind Standorte, welche von Eröffnungen, Schließungen oder wesentlichen Umbauten im Berichtsjahr beziehungsweise im Vergleichsjahr betroffen sind, aus der Betrachtung auszuschließen.

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.

Zweite wichtige Steuerungskennzahl ist das **EBIT vor Sonderfaktoren**. Zudem zählt das **EBITDA vor Sonderfaktoren** zu den Steuerungskennzahlen. Es errechnet sich aus dem EBIT zuzüglich Abschreibungen und Amortisation. Die Bereinigung um Sonderfaktoren erfolgt dabei im Sinne einer Konzentration auf die operative Entwicklung und dient der besseren Vergleichbarkeit der Ergebnisse zwischen den Berichtszeiträumen.

Als Sonderfaktoren werden Geschäftsvorfälle beziehungsweise ein Bündel gleichartiger Geschäftsvorfälle klassifiziert, die nicht regelmäßig anfallen, sich in der Gewinn- und Verlustrechnung niederschlagen, und die Geschäftstätigkeit in ihrer Aussagekraft signifikant beeinflussen. Die Darstellung vor Sonderfaktoren spiegelt deshalb den gewöhnlichen Geschäftsverlauf besser wider und leistet einen Beitrag zum besseren Verständnis der Ertragslage.

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

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

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

Steuerungskennzahlen der Finanz- und Vermögenslage

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

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

Zu den Steuerungskennzahlen zählen die **Investitionen**, die aggregiert für die Gruppe, aber auch separat nach Vertriebslinien geplant und berichtet werden. Der Vorstand nimmt zudem eine differenzierte Betrachtung verschiedener Investitionen (zum Beispiel Expansion, Onlinegeschäft, Modernisierungen und Umbauten) hinsichtlich einer Steigerung des Kundennutzens und des Unternehmenswerts der METRO GROUP vor. Als Investitionen sind Zugänge zu langfristigen Vermögenswerten gemäß des Konzernabschlusses nach IFRS mit Ausnahme von Finanzinstrumenten und latenten Steuerforderungen definiert.

Neben dem Fokus auf Investitionen stellen regelmäßige Analysen des **Nettobetriebsvermögens** die Konzentration auf das operative Geschäft und einen optimierten Kapitaleinsatz sicher. Die Veränderung des Nettobetriebsvermögens ergibt sich aus den Veränderungen der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der in der Position „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ enthaltenen Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen aus Kreditkarten und geleisteten 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 detaillierte Zusammensetzung des Nettobetriebsvermögens findet sich im Anhang – Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

Die Investitionen und das Nettobetriebsvermögen beeinflussen nicht ausschließlich Kundennutzen und Unternehmenswert, sondern haben auch Auswirkungen auf den Verschuldungsgrad und die Finanzlage. Darüber hinaus werden der **Cashflow vor Finanzierungstätigkeit** und die **Nettoverschuldung** als Steuerungsgrößen zur Sicherung der Liquidität und Optimierung der Kapitalstruktur angewendet.

Die Nettoverschuldung wird ermittelt durch Saldierung der Finanzschulden inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen mit den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten gemäß Bilanz sowie den Geldanlagen. Geldanlagen umfassen Guthaben bei Kreditinstituten mit Restlaufzeiten von über 3 bis einschließlich 12 Monaten sowie geldmarktnahe Anlagen, die nicht als Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten klassifiziert werden, wie zum Beispiel kurzfristig veräußerbare Schuldtitel und Anteile an Geldmarktfonds.

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

Wertorientierte Kennzahlen

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

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

Innovationsmanagement

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

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

Im Rahmen des Prozesses wurden Digitalisierung, gesellschaftlicher Wandel, Urbanisierung und Nachhaltigkeit als wichtigste Trends identifiziert, die unsere Kunden am stärksten beeinflussen werden. Auf Basis dieser Analysen fragen wir uns: Wie stellen wir sicher, dass wir jeden Tag Mehrwert für unsere Kunden generieren? Wie können wir unsere Prozesse komplett auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausrichten? Wie können wir dazu beitragen, unseren Kunden Alltagsorgen abzunehmen und ihren Tagesablauf angenehmer gestalten?


Um gezielt den Kundennutzen durch Innovation zu steigern, hat sich die METRO GROUP drei übergeordnete Ziele gesetzt: Erstens wollen wir mit Innovationsprojekten einen signifikanten Wertbeitrag leisten, um beispielsweise neue Geschäftsmodelle oder Marktformate zu entwickeln. Zweitens strebt die METRO GROUP an, ein attraktiver Kooperationspartner für Start-ups und innovative Unternehmen zu sein. Drittens hat sich der Konzern zum Ziel gesetzt, eine interne Innovationskultur zu etablieren.

Planungsprozess: Innovationsstrategie

1 Relevante Makro- und Mikrotrends identifizieren



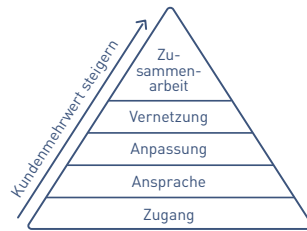
2 Wie wird sich das in Zukunft auf den Alltag unserer Kunden auswirken?



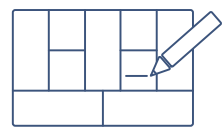
3 Zukunftsvision und Geschäftsmodelle definieren

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

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



4 Mithilfe des „Business Model Canvas“ detaillierte Geschäftsmodelle erarbeiten



5 Erprobung der Strategie

Pilotphase und Prototyp, um frühzeitig Kundenfeedback zu erhalten



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

Innovationsprojekte realisieren

Im Geschäftsjahr 2015/16 hat die METRO GROUP zahlreiche Innovationsprojekte in enger Zusammenarbeit mit ihren Vertriebslinien umgesetzt. Ausgewählte Beispiele hierfür sind im Folgenden dargestellt.

Im Rahmen der 2015 gestarteten Zusammenarbeit zwischen METRO Cash & Carry und dem Berliner Start-up Infarm wurde im Februar 2016 erstmals in Europa eine Hightech-Anbaufläche für Sprossen, Keimlinge, Kräuter und Salate im Großmarkt Berlin-Friedrichshain installiert. Das sogenannte Vertical Farming ermöglicht es, Pflanzen in geschlossenen Räumen anzubauen – ohne Einsatz von Pestiziden und mit einer Wasserersparnis von bis zu 90 Prozent. Aufgrund des Erfolgs in Berlin gibt es bereits zahlreiche Initiativen, um Vertical Farming auch in anderen Großmärkten und METRO Cash & Carry Ländern zu etablieren. Im August 2016 wurde eine weitere Anlage in Antwerpen eröffnet. Die METRO GROUP ist als erster Händler weltweit Mitglied der Association for Vertical Farming und setzt sich dort aktiv für die Weiterentwicklung der Vertical-Farming-Branche ein.

Expresslieferungen und Lieferungen zu einem vereinbarten Wunschtermin sind fester Bestandteil des Serviceangebots von Media-Saturn. Um das Liefererlebnis für Kunden zu optimieren, startete die Vertriebslinie im Juli 2016 ein Pilotprojekt mit selbst fahrenden Lieferrobotern des Tech-Start-ups Starship Technologies. Die Roboter, die Pakete und Einkäufe innerhalb eines Radius von fünf Kilometern ausliefern, sind Teil eines weltweiten Entwicklungsprogramms des Start-up-Unternehmens.

Mit ihren Apps erleichtert die Vertriebslinie Real mittlerweile mehr als einer Million Nutzern den Einkaufsvorgang. Die digitalen Dienste des Hypermarkt-Betreibers begleiten den Kunden von der Einkaufsvorbereitung – beispielsweise mit der großen Rezeptdatenbank und aktuellen Angeboten – bis hin zum Einkauf im Markt mit dem One-Scan-Check-out. Das neue Verfahren digitalisiert vormals analoge Dienstleistungen und sorgt durch einen schnelleren Kassenprozess für mehr Kundenservice und -komfort. Der One-Scan-Check-out macht es möglich, mobil mit der App Payback-Punkte zu sammeln, digitale Coupons einzulösen, Real-Treuemarken zu sammeln, den klassischen Kassenbon als Onlinebon aufs Mobiltelefon geschickt zu bekommen und sogar mobil zu bezahlen. Real ist deutschlandweit der erste Lebensmitteleinzelhändler, der diesen Komplettservice anbietet.

Horeca Digital

Um eine Kernzielgruppe des Cash-and-Carry-Geschäfts, die unabhängigen Unternehmer aus Hotels, Restaurants und Caterer (Horeca), noch besser unterstützen zu können und mit innovativen Lösungen konkret zu ihrem Erfolg beizutragen, hat die METRO GROUP 2015 die neue Geschäftseinheit Horeca Digital gegründet. Das international tätige Team arbeitet mit Blick auf diese Zielsetzung an vier Initiativen:

- Erstens fokussiert sich das Team darauf, ein besseres Verständnis dafür aufzubauen, wie sich ein unabhängiges Unternehmen im Bereich Horeca optimal betreiben lässt.
- Zweitens unterstützt der METRO Accelerator powered by Techstars die Entwicklung von neuen Ideen und fördert mit professioneller Vorbereitung deren Markterfolg und die Finanzierung durch Dritte („Funding“).
- Drittens unterstützt Horeca Digital den Ausbau effizienter Vertriebskanäle für Start-ups und greift dabei auf die Ressourcen der METRO GROUP zurück.
- Viertens investiert Horeca Digital in relevante Start-up-Unternehmen nach den Maßstäben professioneller Finanzinvestoren.

Optimierung unabhängiger Horeca-Unternehmen

Erfahrungsaustausch und Community-Building in der Horeca-Branche fördert Horeca Digital durch die im Februar 2016 gestartete Kooperation mit der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), durch die der Lehrstuhl für digitale Innovation in den Bereichen Hotel, Restaurant und Catering gegründet wurde. Ziel des „METRO Chair of Innovation“ ist es, die Digitalisierung im Horeca-Sektor in Schlüsselmärkten wie Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Japan zu erforschen und die Lehre auszubauen. Darüber hinaus setzt Horeca Digital auf gezielte Social-Media-Aktivitäten – etwa für die Finalisten des METRO Accelerator powered by Techstars –, um die Onlinereputation des Unternehmens zu stärken und digitale Lösungen für Gastronomie und Hotellerie voranzubringen. Zudem hat Horeca Digital damit begonnen, das internationale digitale Horeca-Umfeld zu erfassen. Untersucht wurden Aspekte wie die Frage, welche geografischen Märkte besonders innovative Start-up-Unternehmen auswählen.

Förderung innovativer Unternehmen

Gemeinsam mit dem US-amerikanischen Unternehmen Techstars organisiert und fördert die METRO GROUP die Entwicklung innovativer digitaler Lösungen für unabhängige Unternehmer im Horeca-Sektor. Ziel der Accelerator-Initiative ist die Förderung von innovativen Start-ups in diesem Umfeld, auch

durch die Verbesserung der Chancen zur Bereitstellung von Wachstumskapital professioneller Investoren. Zehn internationale Teams bestreiten das dreimonatige Programm in Berlin. Unterstützt werden sie dabei von rund 100 Mentoren aus der Start-up-Szene sowie aus dem Investorenbereich und der Gastronomiebranche. Mit der zweiten Runde entwickelt sich der METRO Accelerator powered by Techstars immer mehr zu einer Plattform, die die Branche zusammenführt und vernetzt. Bei der Auswahl der Start-up-Unternehmen für den Accelerator wurde auch 2016 ein besonderes Augenmerk auf den Reifegrad gelegt. Viele der Teams haben bereits erfolgreich Produkte am Markt etabliert.

Als eine vielversprechende Geschäftsidee hat sich das Konzept von Lunchio erwiesen. Der Teilnehmer des ersten Accelerator-Programms hat eine App entwickelt, mit der Mittagessen online bestellt und bargeldlos bezahlt werden kann. Unmittelbar nach dem Demo Day startete das junge Unternehmen eine Finanzierungsrunde und konnte diese im Mai 2016 erfolgreich abschließen. Auch Flowtify, ebenfalls ein Teilnehmer der ersten Runde, konnte seine Geschäftsbeziehung mit METRO Cash & Carry weiter ausbauen. Flowtify hilft bei der lückenlosen und ordnungsgemäßen Umsetzung von HACCP-Eigendokumentationen und anderen wiederkehrenden Tätigkeiten und wurde bereits in den Restaurants der METRO Cash & Carry Großmärkte in Deutschland getestet.

Die METRO GROUP investiert in die am Accelerator-Programm teilnehmenden Unternehmen branchenüblich geringe Summen. Bei den Teilnahme- und Investitionsentscheidungen wird die METRO GROUP von ihrem Partner Techstars unterstützt. In der Zukunft ist – wie bei allen professionell gemanagten Investmentportfolios für innovative, sehr junge und junge Unternehmen – sowohl mit nachhaltigen Erfolgen als auch mit aus dem Wettbewerb ausscheidenden Unternehmen des Portfolios zu rechnen.

Aufbau effizienter Vertriebskanäle

Ein weiteres Aktivitätsfeld von Horeca Digital ist es, den Aufbau von effizienten Vertriebskanälen zu unterstützen. Auf diese Weise wird Start-ups geholfen, die jeweils passenden, meist digitalen Lösungen unabhängigen Unternehmen aus Gastronomie und Hotellerie zur Verfügung zu stellen. Ziel ist es, durch Vorqualifikation von eigens auf den jeweiligen Bedarf des

individuellen Unternehmers abgestimmten digitalen Lösungen Horeca-Kunden in ihrem operativen Geschäft zu unterstützen. Potenziell können in diesem Prozess auch Kontakte zu neuen Kunden für METRO Cash & Carry aufgebaut und existierende Kundenbeziehungen ausgebaut werden. Um herauszufinden, welche digitalen Produkte und Funktionen jeweils besonders hilfreich sind und inwieweit sie das Tagesgeschäft signifikant verbessern können, startete Horeca Digital Pilotprojekte in zahlreichen Restaurants in Berlin, Paris und Wien. Die Projekte werden genutzt, um für die Start-ups Erkenntnisse zu Benutzerverhalten und -präferenzen zu gewinnen und ihnen zukünftig potenzielle Neukunden zu vermitteln.

Beteiligung an innovativen Unternehmen

Um die Digitalisierung der Horeca-Branche zu beschleunigen, arbeitet die METRO GROUP konsequent daran, entsprechende Produkte und Services für die Zielgruppen besser verfügbar zu machen. Ziel ist es dabei, durch Unternehmensbeteiligungen, häufig in Zusammenarbeit mit anderen professionellen Investoren, an der Wertsteigerung der Unternehmen im Horeca-Sektor zu partizipieren; die Aktivität hat also nicht das Ziel, Unternehmen zur Transformation des Kerngeschäfts zu erwerben und zu integrieren. Das Management dieser Investitionen obliegt einem Team aus erfahrenen Investoren, die in ihren Entscheidungen von einem Investment-Committee unterstützt werden, das vom Cash-and-Carry-Geschäft getrennt ist. Die Investitionsstrategie fokussiert dabei die von der METRO GROUP unabhängigen Wertsteigerungspotenziale. Wo möglich und hilfreich, werden darüber hinausgehende Möglichkeiten zur Wertsteigerung, wie zum Beispiel Vertriebszugänge, durch die Nutzung von METRO-Ressourcen nutzbar gemacht.

Im Geschäftsjahr 2015/16 beteiligte sich die METRO GROUP unter anderem an dem Berliner Start-up Orderbird sowie an dem Münchener Start-up Shore. Orderbird ist das im deutschsprachigen Raum führende iPad-Kassensystem für die Gastronomie. Shore unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen sowie Dienstleister mit einer cloudbasierten Software, die es ermöglicht, Geschäftsabläufe digital zu steuern. Die Beteiligungen sind ein weiterer Baustein im Engagement der METRO GROUP, digitale Geschäftsmodelle für ihre Kunden zu fördern.

Vernetzung und Austausch fördern

Teil des Innovationsmanagements ist es, die METRO GROUP als interessanten und zuverlässigen Partner für Start-up-Unternehmen zu etablieren und dafür ihre Stärken aktiv einzusetzen. Ziel ist es, die Zusammenarbeit mit Gründern und Jungunternehmern zu intensivieren sowie generell Start-up-Strukturen zu festigen und zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund hat die METRO GROUP im Geschäftsjahr 2015/16 zahlreiche Veranstaltungen initiiert und gefördert.

Ein Beispiel dafür ist die Reihe „Innovation in Retail Meetup“, mit der wir eine Plattform für den Austausch zwischen innovativen Start-up-Unternehmen aus Handel und Gastronomie mit der METRO GROUP und ihren Vertriebslinien geschaffen haben, die mittlerweile von mehr als 800 Mitgliedern genutzt wird. Bei den Veranstaltungen stellen Gründer ihre Ideen und Geschäftsmodelle vor, um sich im Anschluss mit anderen Gründern, Experten und Vertretern der METRO GROUP zu vernetzen. Dabei werden wertvolle Kontakte geknüpft, die dazu führen, dass Start-up-Unternehmen Pilotprojekte in den Vertriebslinien der METRO GROUP realisieren können. Die intensiven Kooperationsanstrengungen im Geschäftsjahr 2015/16 wurden mehrfach honoriert. So zeichnete das Land Nordrhein-Westfalen die METRO GROUP als Vorreiter bei der digitalen Transformation mit dem DWNRW-Award aus. Die Europäische Kommission verlieh dem Handelsunternehmen 2016 den Preis „Europe's 25 Corporate Startup Stars“ und ehrte damit die Arbeit der METRO GROUP mit Start-up-Unternehmen auf internationalem Niveau.

Den Kulturwandel vorantreiben

Das Innovationsmanagement wirkt auch beim Kulturwandel innerhalb des Unternehmens mit. Im Vordergrund steht dabei, das Verständnis dafür zu stärken, dass sich das Unternehmen im digitalen Zeitalter kontinuierlich und immer schneller neu erfinden muss. Zugleich gilt es, den Mitarbeitern Freude am stetigen Wandel und am damit verbundenen Wissensaufbau zu vermitteln. Um gezielt Methodenkompetenz zu fördern, wurde 2015 eine entsprechende Workshopreihe für Mitarbeiter am Standort Düsseldorf eingeführt. Das inzwischen weiterentwickelte Format dient dazu, Innovationen vorzustellen und gemeinsam mit den Teilnehmern zu erarbeiten, wie sich diese Innovationen im Konzern anwenden lassen.

Um den Kulturwandel mit Blick auf das Thema Innovationen voranzubringen, realisierte die METRO GROUP im Juni 2016 erstmals einen Innovation Day. Ziel der Veranstaltung war es, Innovationen vorzustellen. So fand beispielsweise eine Paneldiskussion mit dem menschenähnlichen Roboter Geminoid HI-4 statt, der selbst fahrende Einkaufswagen wiiGo wurde präsentiert und der Starship-Lieferroboter, den Media Markt seit Oktober 2016 in einem Pilotprojekt testet, erledigte seine erste Lieferung. Gleichzeitig diente der Innovation Day dazu, den Mitarbeitern in Workshops unter anderem Methodenkompetenz näherzubringen. Den Abschluss des Innovation Day bildete die sogenannte FuckUp Night. Die globale Bewegung, die ihren Ursprung 2012 in Mexiko fand, dient dazu, Fehlerkultur zu fördern und öffentlich über unternehmerisches Scheitern und die daraus gelernten Lektionen zu sprechen. Erstmals wurde die FuckUp Night 2016 ausschließlich für Mitarbeiter organisiert. Interne und externe Sprecher teilten mit den Zuhörern ihre Erfahrungen, wie sie aus Fehlern gelernt haben.

Nachhaltigkeitsmanagement

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

sowie denen der Kunden, Mitarbeiter, Investoren und Partner in Einklang zu bringen. Dabei gilt es, die Grenzen zu berücksichtigen, die uns die Umwelt vorgibt. So handeln wir heute für morgen. Dies bedeutet für unsere Geschäftstätigkeit, mehr Wert zu schaffen und gleichzeitig belastende Auswirkungen zu verringern. So werden wir nachhaltig in allem, was wir tun.

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

Verantwortungsbereiche

... für unsere Mitarbeiter, ...



... indem wir sie jederzeit respektieren, schützen, fördern und vertrauensvolle Beziehungen zu ihnen aufbauen. Und indem wir sie befähigen, Nachhaltigkeit systematisch zum Bestandteil ihrer tagtäglichen Arbeit und ihrer Entscheidungen zu machen. So gestalten wir ein attraktives Arbeitsumfeld, das ihnen ermöglicht, unseren Kunden optimale und nachhaltige Lösungen für ihre Bedürfnisse zu bieten.

Engagement für die Mitarbeiter

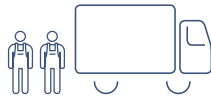
... für die Umwelt, ...



... indem wir in unserem eigenen Geschäftsbetrieb Ressourcen verantwortungsvoll einsetzen und Abfälle gar nicht erst entstehen lassen. So minimieren wir unsere Klimawirkung und schonen die Umwelt. Und indem wir über eine nachhaltige Beschaffung und Sortimentsgestaltung zur langfristigen Ressourcenverfügbarkeit beitragen. So helfen wir, die Grundlagen für den Handel von morgen zu sichern.

Nachhaltiger Geschäftsbetrieb sowie nachhaltige Beschaffung und Sortimentsgestaltung

... für die 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.

Nachhaltige Beschaffung und Sortimentsgestaltung

... für unsere Kunden, ...



... indem wir sie mithilfe einer nachhaltigen Beschaffung und Sortimentsgestaltung 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 und fördern den nachhaltigen Konsum.

Nachhaltiger Konsum

... für die Gesellschaft, ...



... indem wir unser Geschäft im vertrauensvollen Dialog mit unseren Stakeholdern mit den gesellschaftlichen Bedürfnissen zusammenbringen und uns dort, wo wir tätig sind, für die Gemeinschaft engagieren. So arbeiten wir an der Lösung globaler Herausforderungen und leisten einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.

Gesellschaftliches Engagement

Verankerung von Nachhaltigkeit

Die strategische Verankerung der Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft ist eine wichtige Voraussetzung, um unserem Anspruch in Bezug auf Nachhaltigkeit gerecht werden zu können. Dies gewährleisten wir durch unseren Nachhaltigkeitsrat und seine Gremien, die Anpassung relevanter Geschäftsprozesse und Entscheidungsabläufe und die gezielte Ansprache unserer Mitarbeiter. Ziel ist es, dass jeder Einzelne die Bedeu-

tung von Nachhaltigkeit für sich und sein berufliches Umfeld erkennt und sein individuelles Verhalten entsprechend daran ausrichtet. Denn das Thema kann von oben getrieben, muss aber von allen getragen werden.

Vertiefende Informationen zur nachhaltigkeitsbezogenen Ansprache der Mitarbeiter finden sich online in unserem METRO GROUP Corporate Responsibility Report 2015/16 unter www.metrogroup.de/wesentlichkeit. Allgemeine Informationen zum Thema Mitarbeiter finden sich im Kapitel Mitarbeiter des vorliegenden METRO GROUP Geschäftsberichts.

VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT



Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT IM UNTERNEHMEN	Die METRO GROUP macht Nachhaltigkeit systematisch zum Bestandteil ihrer Arbeit.		<p>Im ersten Schritt ist die Integration von Nachhaltigkeit in alle wesentlichen Geschäftsprozesse bis 2016 über die Identifikation wesentlicher Prozesse und ihrer Verbindung mit dem Thema mittels Wesentlichkeitsanalyse erfolgt.</p> <p>In einem zweiten Schritt erfolgt die kontinuierliche Implementierung des Themas innerhalb der Geschäftsprozesse beispielsweise durch Richtlinien.</p> <p>Schärfung des Bewusstseins der Mitarbeiter in Bezug auf nachhaltiges Verhalten.</p> <p>Entwicklung einer Nachhaltigkeitskampagne abgeschlossen.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Erstellung und Verbreitung von internen und externen Kommunikationsmaterialien zum Thema METRO und Nachhaltigkeit erfolgt. — Durchführung von Workshops zum Thema Nachhaltigkeit innerhalb der METRO GROUP, insbesondere in den Landesgesellschaften. — Zudem erfolgreiche Durchführung von Nachhaltigkeitsevents, wie eines Nachhaltigkeitstags in der Hauptzentrale und 13 Ländern. <p>Aufnahme einer dezidierten Frage zur Nachhaltigkeit in die jährliche Mitarbeiterumfrage METRO Voice. Die Umfrage wird bei METRO Cash & Carry sowie den Servicegesellschaften durchgeführt.</p> <p>Integration des Themas Nachhaltigkeit in bestehende Trainingsprogramme erfolgt sowie weiter in Bearbeitung.</p> <p>Etablierung eines Programms zur Führungskräfteentwicklung zwecks konkreter Stärkung des Nachhaltigkeitsbewusstseins.</p>	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 69

Nachhaltigkeitsmanagement

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

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

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

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

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

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

Im Geschäftsjahr 2015/16 hat sich die METRO GROUP erneut für die weltweite Spitzengruppe der nachhaltig wirtschaftenden Handelsunternehmen qualifiziert. Sie ist als Branchenbester in den international bedeutenden Nachhaltigkeitsindizes Dow Jones Sustainability World und Europe gelistet. Bereits 2015 wurde die METRO GROUP zum Industry Leader in der Kategorie Food & Staples Retailing ernannt. Die Bewertung konnte von 77 Punkten im Geschäftsjahr 2014/15 auf nunmehr 84 Punkte gesteigert werden. Damit hat die METRO GROUP ihr Ergebnis erneut verbessert.

Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und -rankings

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala	Jahr
Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World/Europe	84 Industry Group Leader Food & Staples Retailing	0 bis 100	2016
Oekom Corporate Rating	C+ Prime Status	D- bis A+	2014
CDP Climate Scoring	A-Sector Leader Consumer Staples (Region DACH) Index Leader MDAX	F bis A	2016
CDP Water Scoring	C	F bis A	2016
FTSE4Good Global/Europe Index	3,4	0 bis 5	2015

NACHHALTIGKEITSRAT

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



bestimmt den Nachhaltigkeitsansatz der METRO GROUP.



RUNDER TISCH ZUR UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG

NACHHALTIGKEITSMANAGER DER VERTRIEBSLINIEN UND DER METRO AG



bündelt Nachhaltigkeitsexpertise, unterstützt Nachhaltigkeitsrat und Vertriebslinien auf operativer Ebene.



VERTRIEBSLINIEN

METRO

makro

MediaMarkt

SATURN

redcoon.de

real-

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

Verantwortungsbereiche

In der Definition unserer Verantwortungsbereiche und Schwerpunktthemen verlassen wir uns nicht allein auf die unternehmensinterne Perspektive. Indem wir am wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Diskurs teilnehmen und mit externen Anspruchsgruppen zusammenarbeiten, gelingt es uns frühzeitig, auch deren Anforderungen in Bezug auf unser Handeln zu identifizieren. Unter Berücksichtigung der Innen- und Außenwelt legen wir die für unser Nachhaltigkeitsengagement relevanten Bereiche und Themen fest. So schaffen wir eine Grundlage zur Ableitung strategischer Ziele und für die Ausgestaltung konkreter Maßnahmen. Erstmals haben wir zudem eine Stakeholder-Umfrage durchgeführt, die uns zusätzlich hilft, die Relevanz der identifizierten Themen zu validieren. Sie war Teil unserer diesjährigen Wesentlichkeitsanalyse.

Vertiefende Informationen zu den Stakeholderbeziehungen und unserer Wesentlichkeitsanalyse finden sich online in unserem METRO GROUP Corporate Responsibility Report 2015/16 unter www.metrogroup.de/wesentlichkeit.

Wir fokussieren uns auf die Bereiche der Wertschöpfungskette und diejenigen unserer Berührungspunkte mit der Gesellschaft, in denen unser Einfluss am größten ist. Folgende Verantwortungsbereiche haben wir für uns identifiziert:

- Engagement für die Mitarbeiter
- Nachhaltiger Geschäftsbetrieb
- Nachhaltige Beschaffung und Sortimentsgestaltung
- Nachhaltiger Konsum
- Gesellschaftliches Engagement

Nachfolgend geben wir einen Überblick über Schwerpunktthemen, mit denen wir uns in den einzelnen Verantwortungsbereichen auseinandersetzen. Durch die Integration des Themas Nachhaltigkeit in den Strategieprozess unserer Vertriebslinien ergeben sich weitere spezifische Schwerpunkte auf operativer Ebene. Diese werden im METRO GROUP Corporate Responsibility Report 2015/16 ausführlich dargestellt.

Vertiefende Informationen und Kennzahlen zum Thema Nachhaltigkeit auf Ebene der METRO GROUP sowie unserer Vertriebslinien finden sich online in unserem METRO GROUP Corporate Responsibility Report 2015/16 unter www.metrogroup.de/wesentlichkeit.

Engagement für die Mitarbeiter

Für den Erfolg der METRO GROUP und ihrer Vertriebslinien stehen unsere 219.678 Mitarbeiter. Sie sorgen durch ihren Einsatz und ihre Entscheidungen im täglichen Geschäft dafür, dass wir

Mehrwert für unsere Kunden und die Gesellschaft generieren. Im Sinne unserer nachhaltigen Unternehmensführung sehen wir es als unsere Aufgabe an, ein attraktives, faires und sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen und zu erhalten. Dabei verfolgen wir den Ansatz, die Individualität unserer Mitarbeiter wertzuschätzen, sie in ihrer Vielfältigkeit zu fördern und in ihrer Eigenverantwortung zu stärken. Auf diese Weise unterstützen wir sie dabei, unsere Unternehmensstrategie erfolgreich und nachhaltig umzusetzen.

Ein vollständiger Überblick über das Engagement für unsere Mitarbeiter und die Personalpolitik der METRO GROUP sowie damit verbundene Kennzahlen findet sich im Kapitel Mitarbeiter. Nachhaltigkeitsrelevante Mitarbeiterkennzahlen veröffentlichen wir darüber hinaus online in unserem METRO GROUP Corporate Responsibility Report 2015/16 unter www.metrogroup.de/wesentlichkeit.

Nachhaltiger Geschäftsbetrieb

Um unser Kerngeschäft erfolgreich betreiben und die Bedürfnisse unserer Kunden erfüllen zu können, benötigen wir Energie und natürliche Ressourcen. Dieser Ressourceneinsatz erhöht unsere Betriebskosten und hat negative Auswirkungen auf die Umwelt. Unser Ziel ist es daher, die aus unserem Geschäftsbetrieb resultierenden klimarelevanten Emissionen zu verringern und unseren Ressourcenverbrauch zu reduzieren. Dazu setzen wir auf bewusste Energienutzung und Investitionen, um unsere Energieeffizienz zu steigern. Durch gezielte Maßnahmen senken wir sowohl den Energiebedarf als auch unsere Kosten. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir unter anderem im Rahmen des Energieeinsparprogramms von METRO Cash & Carry 24,3 Mio. € investiert – vor allem, um LED- und andere effiziente Beleuchtungsanlagen sowie geschlossene Kühlmöbel in den Großmärkten zu installieren. Dadurch sollen jährlich über 6 Mio. € eingespart werden. Zudem achten wir auf verantwortungsbewusstes Ressourcenmanagement, zum Beispiel in den Bereichen Logistikflotte, Kühlmittel und Papier, sowie ein nachhaltiges Gebäudemanagement.

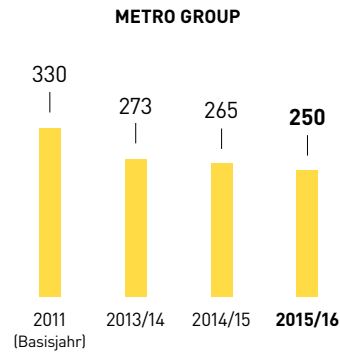
Weitere Schwerpunktthemen für unseren nachhaltigen Geschäftsbetrieb sind die Vermeidung von Abfällen, die Weiterverwertung von Ressourcen und deren Rückgewinnung durch Recycling. Insbesondere die Reduzierung von Lebensmittelverlusten ist für unsere Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Real von großer Bedeutung. Jedes Lebensmittel, das nicht verzehrt, sondern aussortiert oder weggeworfen wird, steht gleichermaßen für wirtschaftliche, soziale und ökologische Verschwendung. Aus diesem Grund hat sich die METRO GROUP im Rahmen der Resolution zur Lebensmittelverschwendung des Consumer Goods Forum verpflichtet, bis 2025 die im Handel anfallenden Lebensmittelverluste um 50 Prozent zu reduzieren.

Status Klimaschutzziel

Von Oktober 2015 bis September 2016 verursachte die METRO GROUP pro Quadratmeter Verkaufsfläche 250 Kilogramm CO₂-Äquivalente. Im Vorjahreszeitraum waren es noch 265 Kilogramm. Unser Ziel ist es, diese Emissionen bis zum Jahr 2030 auf 165 Kilogramm zu senken. Der deutliche Rückgang der Emissionen gegenüber 2014/15 lässt sich im Wesentlichen auf zwei Gründe zurückführen: erstens auf Maßnahmen zur Senkung der Energieverbräuche und die Reduktion der Kältemittelverluste sowie zweitens auf die allgemeine technische und wissenschaftliche Entwicklung, die sich in den Emissionsfaktoren für die Berechnung des CO₂-Äquivalents der Verbräuche niederschlägt. Zudem wirken sich Veränderungen im Standortportfolio aus. Auch in absoluten Mengen gesehen, haben wir unsere Treibhausgasemissionen gegenüber dem Vorjahr gesenkt. Unser Engagement für den Klimaschutz werden wir weiter fortführen und unsere Treibhausgasemissionen auch in den kommenden Jahren senken.

Status Klimaschutzziel

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



Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
NACHHALTIGER GESCHÄFTSBETRIEB	Die METRO GROUP reduziert ihre Treibhausgasemissionen um 50 Prozent von 330 kg CO ₂ e/m ² im Jahr 2011 auf 165 kg CO ₂ e/m ² im Jahr 2030.		Energy-Saving Programme: Investitionen in die Steigerung der Energieeffizienz und in erneuerbare Energien. Energy Awareness Programme: Stärkung des Bewusstseins zum Umgang mit Energie. F-Gas Exit Programme: Investitionen zur Reduktion der Emissionen aus Kälteanlagen.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 69

Nachhaltige Beschaffung und Sortimentsgestaltung

Unser Anspruch ist es, Produkte zu beschaffen, die qualitativ hochwertig, sicher und sozial wie ökologisch unbedenklich sind. Auf dieser Basis ist eine verantwortungsbewusste Sortimentsgestaltung möglich. Zudem sind wir als Handelsunternehmen darauf angewiesen, dass Ressourcen langfristig verfügbar sind. Denn diese Rohstoffe werden für die Herstellung der von uns angebotenen Produkte und deren Verpackung benötigt. Um diese Aspekte zu berücksichtigen,

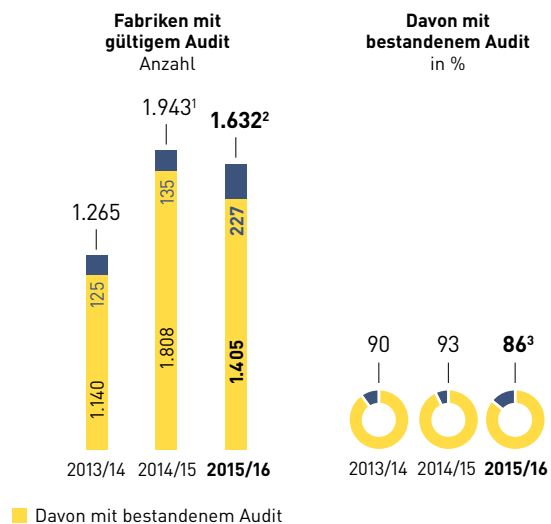
orientieren wir uns an unserer konzernweiten und produktübergreifenden Einkaufspolitik für nachhaltige Beschaffung. Mit ihr haben wir die Basisanforderungen an ein nachhaltiges Lieferketten- und Beschaffungsmanagement definiert. Zugleich bündelt unsere Einkaufspolitik verschiedene Richtlinien, die sich mit spezifischen Fragestellungen einzelner Produkt- beziehungsweise Rohstoffkategorien befassen. Indem wir solche Richtlinien für den nachhaltigen Einkauf erarbeiten und umsetzen, stärken wir unsere Beschaffungswege und tragen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Produkte und somit unseres Sortiments bei.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
NACHHALTIGE BESCHAFFUNG UND SORTIMENTS- GESTALTUNG	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 für nachhaltige Beschaffung werden wir in Zukunft alle unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten relevanten Produktkategorien bearbeiten.	✓	Die Beurteilung der gesellschaftlichen und umweltrelevanten Auswirkungen des Eigenmarkenportfolios von METRO Cash & Carry entlang der Lieferkette ist abgeschlossen. Die Bewertung erfolgte auf den Ebenen der Rohstoffe, Produkte und Produktgruppen sowie unter Berücksichtigung international gebräuchlicher Bewertungskriterien in Bezug auf soziale und ökologische Auswirkungen. Ziel dieses Prozesses war, Basisanforderungen festzulegen und das Lieferketten- und Beschaffungsmanagement für relevante Kategorien nachhaltiger zu gestalten. Dies haben wir mit unseren Richtlinien umgesetzt. Durch die Bewertung des Produktportfolios, das Definieren von Minimumstandards und das Festlegen spezifischer Leistungskennzahlen (KPIs) ist METRO Cash & Carry in der Lage, den Anforderungen an ein nachhaltigeres Sortiment gerecht zu werden.	▶■■■■◀ ■■■■

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 69

Um sozial verträgliche Arbeitsbedingungen innerhalb unserer Beschaffungskanäle sicherzustellen, sind Sozialstandardsysteme ein wesentlicher Prozessbestandteil und gleichzeitig ein wichtiges Instrument. Sie helfen uns, etwaigen Risiken durch Verstöße vorzubeugen. Denn unverantwortliche Praktiken innerhalb der Lieferkette schädigen das Vertrauen in unser Handeln und somit auch unser Geschäft. Unser Ziel ist daher, dass alle Produzenten in definierten Risikoländern (basierend auf der Bewertung der Business Social Compliance Initiative, BSCI), in denen MGB Hongkong Importware herstellen lässt, und Produzenten, die für die Vertriebslinien der METRO GROUP Eigenmarken oder Eigenimporte aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Spielwaren und Hartwaren produzieren, nach dem BSCI- oder äquivalenten Standards auditiert werden. Zum 30. September 2016 waren dies 1.632 Produzenten. Davon haben 86 Prozent (1.405 Produzenten) das Audit bestanden. Produzenten mit einem nicht bestandenen Audit haben innerhalb von zwölf Monaten mit dem Folgeaudit eine Verbesserung nachzuweisen. Gelingt dies nicht, wird die Produktionsstätte ab dem 1. Januar 2018 für weitere Aufträge gesperrt, bis sie vorweisen kann, dass sie ihre Organisationsprozesse nachhaltig verbessert hat.

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





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

¹Anpassung der Jahreswerte 2014/15 auf Sozialaudits bei Fabriken bezogen auf Eigenimporte durch MGB Hongkong; 2014/15 zusätzlich Fabriken bezogen auf Nichtlebensmitteleigenmarken der Vertriebslinien der METRO GROUP

²Anpassung der Jahreswerte 2015/16 aufgrund der Veräußerung der ehemaligen METRO GROUP Vertriebslinie Galeria Kaufhof

³Anpassung des BSCI-Bewertungssystems ab 2015 von drei Bewertungen (Good / Improvements Needed / Non-Compliant) auf fünf Bewertungen (A/B/C/D/E). Das Ergebnis „Improvements Needed“ wurde als bestanden bewertet. Ein Teil der vormals als „Improvements Needed“ gewerteten Ergebnisse wurde nach dem neuen Bewertungssystem „C“ (bestanden) und „D“ (nicht bestanden) zugeordnet. Die Folge der Anpassung ist ein Rückgang des Anteils der Produzenten mit bestandenerem Audit im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
NACHHALTIGE BESCHAFFUNG UND SORTIMENTS- GESTALTUNG	Die METRO GROUP intensiviert ihr Engagement für faire Arbeitsbedingungen bei ihren Lieferanten.		Fortführung der Einbeziehung aller Nichtlebensmitteleigenmarken-Fabriken ¹ in ein gültiges BSCI oder äquivalentes Sozialstandard-system und Steigerung des Anteils gültiger Audits, sofern das Produkt in einem Risikoland hergestellt wurde ² . Schärfung der Anforderung an Lieferanten, mit der Folge, dass grundsätzlich alle genutzten Fabriken ¹ zum 1. Januar 2019 mindestens über akzeptable Auditergebnisse verfügen müssen.	

¹ Erfasst sind hiervon Fabriken für Handelsware (Nichtlebensmitteleigenmarken sowie -eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt betreiben

² Definition Risikoland nach BSCI

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 69

Nachhaltiger Konsum


Die spezifischen Angebote unserer Vertriebslinien sind so beschaffen, dass sie optimal auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse der privaten wie gewerblichen Käufer zugeschnitten sind. Die Angebote müssen dabei nicht nur hinsichtlich Qualität und Sicherheit überzeugen. Auch die Sozial- und Umweltverträglichkeit von Waren und Dienstleistungen – von der Herstellung und Beschaffung über die Nutzungsphase bis hin zur Entsorgung – wird zunehmend zum entscheidenden Kriterium. Daher setzen wir konsequent auf Maßnahmen, mit denen wir Einfluss auf diese Produktmerkmale nehmen können. Unsere Richtlinien für den nachhaltigen Einkauf bilden dazu die Grundlage. Ziel ist es, Produkte bezogen auf ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte zu beschaffen. Für Transparenz in Bezug auf die genutzten Ressourcen und die Beschaffung von Produkten sorgen wir zudem durch direkte Beziehungen zu unseren Geschäftspartnern. Auch unsere branchenübergreifende internationale Rückverfolgbarkeitslösung, die wir gemeinsam mit weiteren Händlern, namhaften Partnern und der Standardisierungsorganisation GS1 Germany entwickelt haben, trägt hierzu bei. Sie ermöglicht es, relevante Daten – etwa zu Produkten und Lieferanten – elektronisch zu erfassen und über eine Softwareplattform zusammenzuführen. So wird der Zugriff auf diese Informationen für Kunden und andere Nutzer deutlich einfacher und zuverlässiger.

Darüber hinaus setzen wir zur besseren Kundenorientierung auf Labels, die für die Zertifizierung nach bestimmten Nachhaltigkeitsstandards bürgen. Auch unsere Eigenmarken kennzeichnen wir entsprechend. Begleitend stellen wir in unseren Märkten Informationen, wie Flyer und Kundenbroschüren, zur Verfügung und treten mit unseren Kunden in Dialog. So unterstützen und fördern wir den verantwortungsbewussten Konsum unserer Kunden.

Im Sortiment unserer Vertriebslinien finden sich beispielsweise Artikel aus fairem Handel sowie Lebensmittel, die mit dem europäischen Biosiegel gekennzeichnet sind. Im Geschäftsjahr 2015/16 betrug der Umsatz von METRO Cash & Carry und Real mit fair gehandelten Produkten in Deutschland fast 12 Mio. €. In dieser Angabe sind Artikel berücksichtigt, die mit dem Fair-trade- oder GEPA-Label gekennzeichnet sind. Mit Produkten, die nach EU-Bioverordnung zertifiziert sind, setzten unsere Vertriebslinien deutschlandweit im gleichen Zeitraum insgesamt 130 Mio. € um. Ebenso bietet unser Sortiment Erzeugnisse aus nachhaltiger Fischerei und Aquakultur. Darunter fassen wir Produkte mit dem Siegel des Marine Stewardship Council (MSC) und des Aquaculture Stewardship Council (ASC) sowie mit dem EU Bio-Label. Im Geschäftsjahr 2015/16 erwirtschafteten METRO Cash & Carry und Real in Deutschland mit ihrem nachhaltigen Fischsortiment einen Umsatz von mehr als 86 Mio. € (Vorjahr 80 Mio. € mit diesen Standards). Mit regionalen Produkten erwirtschaftete Real fast 367 Mio. € im abgelaufenen Geschäftsjahr. Verstärkt bietet die Vertriebslinie ihren Kunden Produkte aus nachhaltiger Forstwirtschaft an. Der Umsatz mit Produkten, die das Label des Forest Stewardship Council® (FSC®) oder des „Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes“ (Programm für die Anerkennung von Forstzertifizierungssystemen, PEFC) tragen, lag bei über 13 Mio. €. Media-Saturn erwirtschaftete mit energieeffizienten Elektrogeräten gruppenweit mehr als 3 Mrd. €. Aufgrund des gesteigerten Interesses unserer Kunden an nachhaltigeren Produkten und den damit verbundenen Potenzialen für unser Geschäft arbeiten wir weiter daran, die Anteile nachhaltigerer Produkte in unserem Sortiment zu erhöhen. Konkret hat sich beispielsweise Real vorgenommen, bis 2019 30 Prozent des Umsatzes mit nachhaltigen Produkten zu erwirtschaften. Besonderer Fokus liegt dabei auf regionalen Produkten, Obst und Gemüse aus permakulturellem Anbau sowie Projekten zum Thema Tierwohl.

Auch verantwortungsbewusster Konsum ist mit dem Ge- und Verbrauch von Ressourcen verbunden. Daher sehen wir es als unsere Aufgabe, die daraus entstehenden Abfälle möglichst gering zu halten. Uns ist es wichtig, innovative Fertigungs- und Rückgewinnungstechnologien zu fördern und dabei in Kreisläufen zu denken. Da sich die Produkte und Verpackungen zum Ende ihrer Nutzungsphase bei unseren

Kunden befinden, beraten wir diese bei der Frage der Entsorgung: Wir sensibilisieren unsere Kunden an ausgewählten Standorten für das Thema Ressourcen, informieren über Abfallvermeidung und schaffen Anreize und Möglichkeiten für die fachgerechte Entsorgung. So tragen wir dazu bei, dass Reststoffe wieder zu Rohstoffen werden.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
NACHHALTIGE BESCHAFFUNG UND SORTIMENTS-GESTALTUNG / NACHHALTIGER KONSUM	Die METRO GROUP initiiert und fördert die Entwicklung einer internationalen, branchenübergreifenden und produktumfassenden technischen Lösung zur Rückverfolgbarkeit.		Nach erfolgreicher Implementierung der Rückverfolgbarkeitslösung PRO TRACE in den Produktkategorien Fisch und Fleisch bei METRO Cash & Carry Deutschland startete Anfang 2015 die Einführung in weiteren Ländern. Derzeit sind zehn Länder sowie unsere internationalen Trading-Offices Teil des Projekts; Ungarn, Spanien, Frankreich, Tschechien und die Türkei sind bereits erfolgreich in der Pilotphase. Weitere vier Länder bereiten diese Pilotierung vor. 2017 sollen weitere Länder sowie weitere interessierte Lieferanten aus ausgewählten Sortimentsbereichen in das Projekt auf internationaler Ebene einbezogen werden. METRO Cash & Carry Deutschland hat das Pilotprojekt in der Kategorie Obst und Gemüse erfolgreich abgeschlossen.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 69

Gesellschaftliches Engagement

Die METRO GROUP versteht auch ihr soziales und ökologisches Engagement als eine Form von Wertschöpfung, denn es trägt dazu bei, gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen. Mit unseren vielfältigen Aktivitäten wollen wir daher den interkulturellen Dialog fördern, unsere Standorte und die dort lebenden Gemeinschaften unterstützen und Bedürftigen gezielt helfen.

Investitionen in das Gemeinwesen

in Tsd. €	2014/15	2015/16
Spenden für wohltätige Zwecke	2.450	1.400
Gesellschaftliche Investitionen	1.949	2.815
Kommerzielle Initiativen	3.574	3.326
Gesamt	7.973	7.541

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT	Die METRO GROUP baut das Engagement bei Lebensmittelspenden für internationale Food-Bank-Initiativen von aktuell 15 METRO Cash & Carry Ländern auf mindestens 17 Länder aus.		METRO Cash & Carry kooperiert in 15 von 25 Ländern mit Tafel- und Food-Bank-Initiativen. In den Ländern, in denen dies nicht geschieht, erschweren äußere Umstände eine Zusammenarbeit. Dies sind zum Beispiel politische oder steuerliche Gründe. METRO Cash & Carry führt aktuell Gespräche mit lokalen Hilfsorganisationen und Vertretern der Politik, um die Kooperation auch in den Ländern voranzutreiben, in denen äußere Umstände eine Zusammenarbeit erschweren.	
	Zu Beginn des Geschäftsjahres 2015/16 wurde das Community-Involvement-Programm der METRO GROUP ins Leben gerufen. Hiermit möchte das Unternehmen unbürokratische Hilfe leisten, akute Not lindern und zur Integration von Flüchtlingen beitragen. Der Vorstand der METRO AG hat dafür eine Summe von 1 Mio. € zur Verfügung gestellt. Mitarbeiter des Konzerns können hiervon jeweils einmalig bis zu 10.000 € für Projekte beantragen, für die sie sich einsetzen wollen. Engagierte Beschäftigte erhalten so die Möglichkeit, in ihrem direkten Umfeld tätig zu werden. Eine persönliche Beteiligung ist dabei gewünscht. Am Ende des Geschäftsjahres 2015/16 soll die Summe von 1 Mio. € in Projekte zur Flüchtlingshilfe in Europa geflossen sein. Das Budget für das Feld „Gesellschaftliche Investitionen“ (Corporate Citizenship) wird somit um 1 Mio. € erhöht.		Das Programm wird im Konzern ausgerollt und beworben. Online und offline werden wir möglichst viele Kollegen animieren, sich zu engagieren. Im Geschäftsjahr erreichten uns 119 Anträge aus sechs Ländern, mit denen rund 33.000 Menschen geholfen werden konnte.	
	Aufgrund des großen Erfolgs des Community-Involvement-Programms hat der Vorstand beschlossen, es im Geschäftsjahr 2016/17 weiterzuführen. 2017 haben alle Gesellschaften der aus der geplanten Aufspaltung der METRO GROUP hervorgehenden Tochtergesellschaft Wholesale & Food Specialist Company die Möglichkeit, sich mit ihrem persönlichen Engagement um Unterstützung zu bewerben. Jede Art des Ehrenamts ist hier willkommen.		Das neue Programm wird im Konzern ausgerollt und beworben. Online und offline werden wir möglichst viele Kollegen animieren, sich zu engagieren.	
	Der METRO GROUP Marathon findet seit 2005 jedes Jahr in Düsseldorf statt. Ziel des Sponsorings ist unter anderem die Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen. Das Engagement stärkt das Wirgefühl und fördert die Gesundheit der Teilnehmer. Im Schnitt gehen knapp 700 Kollegen an den Start. 2016 sollte die Zahl auf 800 steigen, mit 775 Mitarbeitern war das Ziel fast erreicht. Wir arbeiten daher weiter an der Erhöhung der Teilnehmerzahl.		Verstärkte Bewerbung des METRO GROUP Marathons über das soziale Intranet des Konzerns im In- und Ausland.	

Zielerreichungsgrad

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

Mitarbeiter

Nachhaltige Personalstrategie

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

Anwerbung von Mitarbeitern

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

Ausbildung bei der METRO GROUP

	2014/15	2015/16
Anzahl der Auszubildenden in Deutschland	5.370	4.694¹
Anzahl der Auszubildenden international	1.697	1.681
Neu eingestellte Auszubildende in Deutschland	1.829	1.772
Ausbildungsquote (einschließlich Praktikanten und Studenten) in Deutschland	7,6 %	6,6 %¹
Anteil Prüflinge mit erfolgreichem Ausbildungsabschluss	95,8 %	93,7 %
Anteil der Ausbildungsabsolventen mit Anschlussvertrag	63,8 %	63,8 %

¹ Durch eine Änderung der Betrachtungsgrundlage in Deutschland sind die Zahlen 2015/16 nicht mit den Vorjahreszahlen vergleichbar

Wir achten in Deutschland auf eine bedarfsgerechte Ausbildung, um einem Großteil der Absolventen eine Übernahme anbieten zu können. In einer entsprechenden Vereinbarung

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

Die Organisation und Durchführung der Ausbildung sowie die Festlegung der Inhalte obliegen den Vertriebslinien. Sie bieten verschiedene Projekte und Programme für ihre Nachwuchskräfte an. Media-Saturn realisierte 2016 beispielsweise ein Theaterprojekt für 20 Auszubildende des zweiten Lehrjahres. In verschiedenen Workshops wurden Themen wie Auftreten, Ausdruck, Aussprache, Haltung und Zusammenarbeit im Team diskutiert. Im zweiten Teil des Projekts erarbeiteten die Teilnehmer zusammen mit ihrer Trainerin ein Theaterstück, das im Oktober 2016 am Campus Ingolstadt aufgeführt wurde.

Die Vertriebsmarke Saturn reagiert mit sogenannten Azubi-Camps auf das sich wandelnde Lernverhalten und setzt verstärkt auf selbstbestimmtes Lernen: Das Konzept der Azubi-Camps ist darauf ausgerichtet, dass die Teilnehmer viele Bereiche selbst gestalten können. In jedem Camp gibt es fünf Lernstationen mit unterschiedlichen Themen und Zielen. Diese Lernstationen werden von den Auszubildenden selbstständig in kleinen Teams erarbeitet, begleitet von mehreren Trainern. Die Teilnehmer können jede Lernstation besuchen und sich mit den Themen der anderen Gruppen beschäftigen. Abschließend geben die Auszubildenden zu jeder Lernstation Feedback. Im Berichtsjahr führte Saturn insgesamt 20 Camps mit 100 Lernstationen an sieben Standorten durch. Mehr als 950 Auszubildende sowie 97 Instruktoren und Trainer aus den Märkten nahmen an den Veranstaltungen teil.

Real setzt bei der Vermittlung der Ausbildungsinhalte verstärkt auf kompetenz- und handlungsorientiertes Lernen. So erarbeiten die Auszubildenden im Rahmen von Projekten komplexe und ganzheitliche Themenfelder. Dabei werden die Ausbildungsinhalte mit allgemeinen Handelsthemen oder sozialem Engagement verknüpft. Ein Beispiel hierfür ist das Azubi-Projekt „Kundenorientierung – Lernen Sie uns besser kennen!“. Hier entwickeln Auszubildendengruppen jeweils eine Kundenaktion, mit der die Serviceangebote und die Sortimentsvielfalt von Real dem Kunden nähergebracht werden. In bundesweit über 35 Märkten führten rund 150 Auszubildende Aktionen durch, bei denen unter anderem die Themen regionale Produkte, gesunde Ernährung, soziales

Engagement und Serviceleistungen dargestellt wurden. Ein weiteres Beispiel ist das Projekt „Frisch vom Nachwuchs“, bei dem rund 25 Auszubildende aus einer Region für eine Woche die Leitung der Frischeabteilungen Fleisch, Wurst und Käse in einem Markt übernehmen. Mit diesem Projekt werden die Auszubildenden bereits während ihrer Ausbildung an Führungsaufgaben herangeführt. Neben diesen bundesweiten beziehungsweise regionalen Projekten initiieren auch einzelne Real-Märkte entsprechende Projekte für ihre Auszubildenden. So zum Beispiel der Real-Markt in Göttingen, der für seine vielseitigen Azubi-Aktionen, den ganzheitlichen Lernansatz und die zahlreichen Aktivitäten im Bereich des sozialen Engagements in diesem Jahr mit dem 1. Platz beim Wettbewerb „Ausbilder des Jahres 2016“ in der Kategorie „SB-Warenhäuser“ durch das Fachmagazin Lebensmittel Praxis ausgezeichnet wurde.

Über die klassischen Ausbildungsinhalte hinaus schult die METRO GROUP ihre Nachwuchskräfte auch darin, frühzeitig Verantwortung zu übernehmen und sich gesellschaftlich zu engagieren. Ein Beispiel ist der „Gute Taten Tag“, der im Juni 2016 zum zweiten Mal durchgeführt wurde: Im Rahmen dieses Projekts engagierten sich rund 550 Auszubildende unserer Vertriebslinien und Servicegesellschaften an deutschlandweit mehr als 100 Standorten gemeinsam mit dem Deutschen Jugendrotkreuz. Unter dem Motto „Wir setzen ein Zeichen für mehr Menschlichkeit!“ wurden zahlreiche Aktionen in karitativen Einrichtungen durchgeführt und Geldspenden für gemeinnützige Projekte gesammelt. Durch das Spendenengagement konnten lokale soziale Projekte mit mehr als 11.000 € unterstützt werden.

Eine Gruppe Auszubildender von METRO Cash & Carry Deutschland hat das Projekt „Sport und Spaß für Flüchtlinge“ ins Leben gerufen: Die Nachwuchskräfte sammelten Spenden und veranstalteten für 50 Flüchtlingskinder einen Tag in einem Fitnesszentrum in Düsseldorf. Dafür wurden sie von der Lebensmittel Zeitung im Rahmen der Preisverleihung „Supermarkt Stars 2016“ zum „Azubi-Team des Jahres 2016“ gekürt.

Zusätzlich zur dualen Berufsausbildung bieten wir jungen Menschen auch die Möglichkeit, ein duales Studium mit Praxisanteilen aufzunehmen. Im Berichtsjahr 2015/16 waren in Deutschland 198 Studierende eingeschrieben.

Entwicklung von Nachwuchskräften

Seit Oktober 2014 bietet METRO Cash & Carry das Programm METRO Potentials in allen Ländern an, in denen die Vertriebslinie vertreten ist. Es richtet sich an die weltweit besten Absolventen von Universitäten und an junge Berufstätige mit zwei bis drei Jahren Berufserfahrung. Ziel ist es, künftige Manager und Geschäftsführer in ausreichender Zahl aufzubauen. Im Rahmen des zweijährigen Traineeprogramms erweitern die Teilnehmer ihr Wissen in verschiedenen Praxisprojekten. Außerdem erhalten sie Coachings von ihrem lokalen Mentor, einem Mitglied der zuständigen Landesgeschäftsführung. Die Trainees durchlaufen verschiedene Stationen im In- und Ausland sowie in der Zentrale in Düsseldorf. Nach Beendigung des Programms können sie eine Managementposition übernehmen, zum Beispiel als Marktleiter. Der Entwicklungspfad reicht aber weit darüber hinaus bis zu einer Position in der Geschäftsführung des jeweiligen Lands.

Media-Saturn realisiert für seine Nachwuchskräfte spezielle Traineeprogramme mit den Schwerpunkten Finance, IT und Multichannel. Ein Beispiel hierfür ist das eigens entwickelte Programm „connect!“, das die Eigenverantwortung der Absolventen fördert und zugleich individuelle Gestaltungsfreiheiten hinsichtlich Ablauf, Programmausgestaltung und persönlicher Weiterbildung bietet.

Arbeitgebermarke und Personalmarketing

Um die Arbeitgebermarke METRO GROUP gezielt bei Absolventen und (Young) Professionals zu stärken, haben wir Anfang 2016 gemeinsam mit der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) die Gründung eines Lehrstuhls für digitale Innovation in den Bereichen Hotel, Restaurant und Catering (Horeca) vereinbart. Ziel des „METRO Chair of Innovation“ ist es, die Digitalisierung im Horeca-Sektor in Schlüsselmärkten wie Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Japan zu erforschen und die Lehre auszubauen. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir uns zudem erneut an der Arbeitgeberinitiative „Fair Company“ beteiligt. Im Rahmen der Initiative ermöglichen wir insbesondere Praktikanten, Werkstudenten, Berufseinsteigern und Trainees einen direkten Einstieg in den Arbeitsmarkt. Darüber hinaus bauen wir die Social-Media-Aktivitäten der METRO GROUP und ihrer Servicegesellschaften auf und aus, um die Arbeitgebermarke zu stärken und gezielt neue Talente anzusprechen.

Auch unsere Vertriebslinien führen zahlreiche Maßnahmen im Rahmen des Personalmarketings durch. METRO Cash & Carry Deutschland richtete im Geschäftsjahr 2015/16 das Personal-

marketing und Recruiting besonders auf Quereinsteiger aus. Im Fokus standen dabei vor allem Auszubildende und Profis aus der Gastronomie und dem Lebensmittelhandwerk. Das Unternehmen nutzt hierfür Netzwerke wie Kununu und Xing sowie den Karriereblog METRO BACKSTAGE. Darüber hinaus wurde die Kooperation mit der Jobbörse Indeed ausgebaut.

Ein weiteres Beispiel sind die Informationsveranstaltungen zur Berufswahl, die Real an Schulen anbietet. Die Hypermärkte beteiligen sich außerdem an Aktionstagen wie dem „Girls' Day“ und dem „Boys' Day“: Im Berichtsjahr 2015/16 blickten rund 350 Jugendliche einen Tag lang hinter die Kulissen des Unternehmens und machten sich ein Bild von den Ausbildungsmöglichkeiten. Um neue Talente anzusprechen, setzt Real zudem auf weitere Formate, darunter Ausbildungsinformationen auf den Eigenmarkenprodukten, Beiträge auf der Karriere Website der Vertriebslinie bei Facebook, Informationsstände auf Ausbildungsmessen und Schulveranstaltungen sowie Erfahrungsberichte von Auszubildenden und Banner auf Onlineplattformen zur Berufswahlorientierung.

Media-Saturn setzt besonders auf den direkten Dialog bei verschiedenen Aktivitäten, um Nachwuchs zu gewinnen. Im Geschäftsjahr 2015/16 war unsere Vertriebslinie an ausgewählten Hochschulen bei Messen, Workshops und Vorträgen vor Ort und präsentierte sich auch sportlich: Bei der „Summer Challenge“ der WFI Ingolstadt School of Management hatten mehr als 1.000 Studierende der renommiertesten Wirtschaftshochschulen im deutschsprachigen Raum die Gelegenheit, Unternehmensvertreter persönlich zu Einstiegsmöglichkeiten bei Media-Saturn zu befragen.

Um IT-Fachkräfte sowie die sogenannten Generationen Y und Z, also die Altersgruppe derjenigen, die heute Mitte dreißig und jünger sind, zu erreichen, hat Media-Saturn die Karrierekanäle in den sozialen Medien um Beiträge und Einblicke in die Arbeitswelt ergänzt. Im IT-Recruiting wurde der Auswahlprozess um sogenannte Touchpoint-Interviews erweitert, um neben den fachlichen Anforderungen auch die kulturellen und persönlichen Bedingungen zu validieren. Bei diesen Interviews lernen die Bewerber zwei Linienvorgesetzte sowie zwei Kollegen kennen und können so einen besseren Einblick in das mögliche Arbeitsumfeld gewinnen.

Die griechische Landesgesellschaft von Media-Saturn ist für ihren fokussierten und standardisierten Personalbeschaffungsprozess mit dem „HR Excellence Award 2016“ in der Rubrik

„Recruiting & Onboarding“ ausgezeichnet worden. Dieser Preis wird jährlich von der Hellenic Association, Athen, verliehen.

Beliebter Arbeitgeber

Unabhängige Rankings bestätigen die Attraktivität der METRO GROUP als Arbeitgeber im In- und Ausland. Die METRO/MAKRO Cash & Carry Landesgesellschaften Belgien, Frankreich, Italien, Portugal und Spanien wurden 2016 erneut und Kroatien erstmals als „Top Employer Europe“ ausgezeichnet. MAKRO Cash & Carry Spanien und METRO Cash & Carry Indien erhielten zudem abermals das „Great Place to Work“-Siegel. MAKRO Cash & Carry Belgien wurde zum dritten Mal mit dem „Best Traineeship Benelux Award“ geehrt.

Media-Saturn wurde am Standort Ingolstadt vom Portal Karriere.de als „Fair Company“ ausgezeichnet. Die belgische Landesgesellschaft erreichte bei den nationalen „Great Place to Work“-Wettbewerben 2016 unter rund 150 Teilnehmern den neunten Platz.

Vergütungsmodelle und Nachfolgeplanung

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

Leistungsorientierte Vergütung für Führungskräfte

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

Vergütungsprinzipien

Das Vergütungsmodell für die weltweit rund 500 Top-Führungskräfte der METRO GROUP beruht auf den folgenden vier Prinzipien:

— Fair und konsistent nach innen

- Leistungsdifferenziert
- Marktgerecht und angemessen
- Förderung von vorbildlichem Führungsverhalten

Im Berichtsjahr lag der Fokus des Vergütungssystems der METRO GROUP weiterhin auf Nachhaltigkeit. Bereits seit dem Geschäftsjahr 2014/15 ist in der einjährigen variablen Vergütung die Kundenzufriedenheit als Kennzahl für die Top-Führungskräfte von METRO Cash & Carry eine relevante Steuerungsgröße. Im Rahmen der mehrjährigen variablen Vergütung (Long-Term Incentive, LTI) sind die Top-Führungskräfte des Konzerns weiterhin analog zum Vorstand zur Teilnahme am Sustainable Performance Plan Version 2014 berechtigt. Abweichend davon wurde für die Top-Führungskräfte von METRO Cash & Carry ein neuer LTI, spezifisch basierend auf dem neuen Organisationsmodell von METRO Cash & Carry, dessen Fokus auf Wertgenerierung liegt, entwickelt und begeben. In beiden Plänen wird als verbindendes Element Nachhaltigkeit als Kennzahl eingesetzt. Im Rahmen der konzernweiten Green Car Policy wurden die Grenzwerte des CO₂-Ausstoßes im Bonus-Malus-System gesenkt sowie Plug-in-, Hybrid- und Elektrofahrzeuge als Dienstwagen zugelassen. Weiterhin besteht in Deutschland die Möglichkeit, ungenutztes Leasingbudget für Autos in Altersversorgung umzuwandeln. Darüber hinaus bieten wir eine betriebliche Altersversorgung für Top-Führungskräfte mit einer beitrags- und einer leistungsorientierten Komponente.

Im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir die Vergütungsprinzipien auf weitere Mitarbeitergruppen ausgedehnt. In der Managementholding METRO AG haben wir begonnen, sie im Rahmen des 2015 eingeführten Fachkarrieremodells anzuwenden. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir dieses Modell weiterhin systematisch in den internationalen Länderorganisationen eingeführt. Außer der Vergütung beinhaltet es unter anderem Mitarbeiterentwicklungsprogramme.

— Weitere Informationen zum Vergütungssystem finden sich im Vergütungsbericht.

Leistungsbeurteilung und Nachfolgeplanung

Innerhalb der METRO GROUP ist die systematische Führungskräfteentwicklung eine zentrale Aufgabe der Geschäftsführungen der Gesellschaften sowie der strategischen Managementholding METRO AG. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Manager konsequent an den Bedürfnissen und strategischen Zielen unseres Unternehmens ausgerichtet sind. Zudem können wir unseren Führungskräften gezielt internationale Karrierewege eröffnen – unabhängig davon, bei welcher Vertriebslinie oder in welcher

Gesellschaft sie beschäftigt sind. Unsere Prozesse für die Karriereplanung ermöglichen es uns darüber hinaus, geeignete Kandidaten für Schlüsselpositionen im Unternehmen zu identifizieren und zu fördern. So stellen wir sicher, dass frei werdende Positionen aus den eigenen Reihen besetzt werden können. Im Berichtszeitraum lag die interne Nachbesetzungsquote für Top-Führungskräfte – also insbesondere Geschäftsführer sowie Bereichsleiter der METRO GROUP – bei 76,4 Prozent.

Individuelle Leistungsbeurteilung

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

Media-Saturn hat im Geschäftsjahr 2015/16 das Kompetenzmodell „Passion for the Customer“ um ein onlinebasiertes 360-Grad-Feedbackinstrument erweitert und für High-Potential-Führungskräfte eingeführt. Dieses ist flexibel einsetzbar und kann darüber hinaus auch für 180-Grad-Feedback genutzt werden.

Systematische Nachfolgeplanung

Im Rahmen des LTR-Prozesses (Leadership Talent Review) werden einmal im Jahr die Nachfolgeplanungen für unsere Schlüsselpositionen besprochen. Dabei berücksichtigen wir die Kompetenzen, Fähigkeiten und Erfahrungen jedes potenziellen Nachfolgekandidaten und stellen sie den Anforderungsprofilen der entsprechenden Positionen gegenüber. Das Verfahren unterstützt unseren Führungskreis dabei, geeignete interne Kandidaten für Schlüsselpositionen frühzeitig zu identifizieren und zu fördern. Anschließend besprechen Mitarbeiter und Vorgesetzte gemeinsam die weiteren Entwicklungsschritte sowie zielgerichtete Maßnahmen. Das Leadership Talent Review ist somit ein langfristig orientierter Entwicklungsprozess unserer Kandidaten im Hinblick auf die Top-Positionen in unserem Unternehmen. Dieser Prozess wird unterstützt durch weitere Methoden wie beispielsweise 360-Grad-Feedbackrunden.

In der Media-Saturn-Holding startete nach abgeschlossener Pilotphase im Frühjahr 2016 das Advanced Management Program (AMP). Ziel ist es, hoch spezialisierte Mitarbeiter mit erster Führungserfahrung auf ihre Aufgaben innerhalb der Fach- und Führungskarriere vorzubereiten. Programmpunkte sind beispielsweise das Agieren im Führungsteam, die Steigerung der Kommunikationsfähigkeiten sowie die Entwicklung der Führungsfähigkeiten. Darüber hinaus soll das Programm die Teilnehmer dabei unterstützen, eine aktive Rolle bei der Umsetzung von Veränderungsprozessen in der Media-Saturn-Unternehmensgruppe zu übernehmen. Das AMP schließt die Lücke zwischen dem Entwicklungsprogramm für Fach- und Führungskräfte der Ebenen Department Manager und Manager (Foundation Management Program) und der Top-Management-Entwicklung. Somit verfügt die Media-Saturn-Holding über ein durchgängiges Auswahl- und Entwicklungsinstrumentarium für alle Fach- und Führungsebenen.

Führungskräfteentwicklung

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

Entsprechend den Entscheidungen aus dem systematischen Nachfolgeplanungsprozess wählen wir die Kandidaten für die Programme „Excellence“, „Impact“ und „Connect“ zur Führungskräfteentwicklung aus. Jedes dieser Programme ist ausgerichtet auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Teilnehmergruppen. Die Moderatoren kommen teilweise aus unserem eigenen Top-Management. Zusätzlich integrieren wir renommierte internationale Trainer, um sicherzustellen, dass wir auf Basis der neuesten Entwicklungen und Fallbeispiele lehren und diskutieren. Zu den externen Partnern gehören beispielsweise die Business School for the World (INSEAD) in Frankreich und die Ashridge Business School in England. Im Berichtszeitraum haben rund 100 angehende und bestehende Top-Führungskräfte an diesen Programmen teilgenommen.

Um das Thema Nachhaltigkeit in der METRO GROUP intensiv voranzutreiben, wurde im Geschäftsjahr 2015/16 zum zweiten Mal das „METRO Sustainable Leadership Programme“ für junge Führungskräfte initiiert. Im Rahmen dieses Programms durchlaufen 24 internationale Teilnehmer einen Programmzyklus von 1,5 Jahren, der auf die Entwicklung von unternehmensinternen Nachhaltigkeitsprojekten abzielt. Die Projekte, beispielsweise aus den Themenbereichen Procurement, People und Recycling, sollen bis Mitte 2017 umgesetzt werden. Im Berichtsjahr wurde bei METRO Cash & Carry erneut die Initiative „Crossing Borders“ (Grenzen überschreiten) durchgeführt, die sich speziell an den Führungskräftenachwuchs richtet. Hierbei tauschen 20 Teilnehmer für 60 Tage ihren Job. Mitarbeiter aus der Landeszentrale waren beispielsweise im Rahmen eines Praxisprojekts in einem Markt eines anderen Lands tätig, um dort das operative Geschäft kennenzulernen. Umgekehrt erhielten Marktmitarbeiter durch den Einsatz in der Verwaltung Einblicke in konzeptionelle und strategische Tätigkeiten. Der praxisbezogene Perspektivwechsel in einem Gastland gab den Teilnehmern die Möglichkeit, sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln und dabei gleichzeitig eigene Expertise mit dem dortigen Team zu teilen.

Um den informellen Austausch über Hierarchie- und Funktionsgrenzen hinweg zu fördern, bieten wir unseren Mitarbeitern der METRO GROUP Gesellschaften am Standort Düsseldorf die Teilnahme an einem Mentorenprogramm an. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben sich 36 Mentorenpaare innerhalb dieses Programms gebildet.

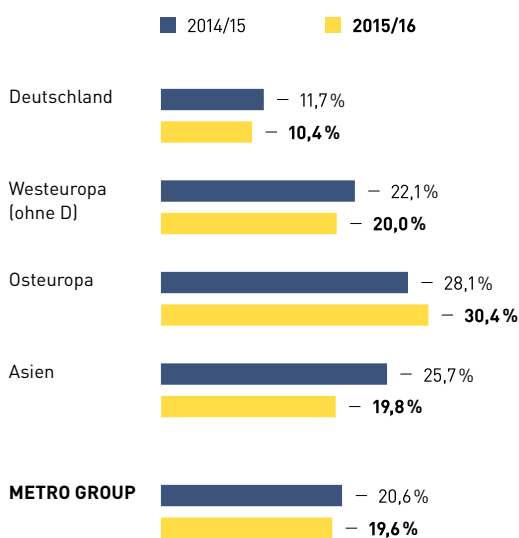
Neue Wege geht die deutsche Landesgesellschaft von Media-Saturn, um das Unternehmen und die Mitarbeiter auf die Arbeitswelt 4.0 vorzubereiten. Unter dem Titel „Ambidextrie“ werden die Führungskräfte mit Blick auf die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen geschult. Organisationale Ambidextrie beschreibt die Fähigkeit von Organisationen, gleichzeitig effizient und flexibel zu sein. Als Grundlage für die individuelle Erstellung der Workshopinhalte dienen zwei Quellen: das neue Zukunftsbild der Führung sowie ein 360-Grad-Feedback zum Media-Saturn-Kompetenzmodell. Mit Peer-Coachings werden die Teilnehmer zusätzlich in Selbstverantwortung und Problemlösungskompetenz trainiert.

Fluktuationsrate der Mitarbeiter

Im Berichtszeitraum stieg die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit auf 9,2 Jahre (2014/15: 8,9 Jahre). Die Fluktuationsraten unterscheiden sich stark je nach Region. In der Grafik sind zum Vergleich die Entwicklungen der Fluktuationsraten nach Regionen dargestellt.

Fluktuation METRO GROUP

nach Regionen



Weiterentwicklung von Mitarbeitern

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

Für die Managementholding METRO AG sowie die Vertriebslinie METRO Cash & Carry bietet der Bereich „House of Learning“ maßgeschneiderte Personalentwicklungsmaßnahmen, Lernlösungen und Dienstleistungen an. Im Fokus stehen dabei Mitarbeiter und Führungskräfte aus den Bereichen Vertrieb, Außendienst, Belieferung, Einkauf, Marketing und Finanzen. Die Trainingsinhalte zielen ab auf die Umsetzung der Unternehmensstrategie und der Führungsgrundsätze sowie auf die Förderung der Handlungskompetenz und der persönlichen Entwicklung. Durch einen ausgereiften Kaskadierungsprozess können sämtliche Trainingsprogramme übersetzt, an lokale

Gegebenheiten angepasst und – im Falle von Seminaren und On-the-Job-Trainings – von internen Voll- und Teilzeitrainern vermittelt werden.

Trainings bei METRO Cash & Carry und der METRO AG

	E-Learning-Module	Seminare und On-the-Job-Trainings	Gesamt
Anzahl	449.570	22.473	472.043
Teilnehmer	443.619	207.331	650.950
Teilnehmerstunden	394.989	2.085.091	2.480.081
Trainingskosten (€/Teilnehmer)	3,15	102,13	34,68

Bei Real wurden im Berichtszeitraum insgesamt 37.095 Teilnehmer mithilfe von E-Learning-Modulen geschult; dies entspricht 18.948 Lernstunden. Darüber hinaus wurden insgesamt 4.715 Beschäftigte (exklusive der Auszubildenden) in insgesamt 46.522 Teilnehmerstunden im Rahmen von Seminaren qualifiziert.

Im Berichtszeitraum wurde die Digitalisierung von Lernarrangements und der Trainingsadministration weiter vorangetrieben: Über die offene Lernplattform im sozialen Intranet bieten wir allen Mitarbeitern der Vertriebslinie METRO Cash & Carry und der Managementholding METRO AG Zugang zu digitalen Lerninhalten. Diese umfassen E-Learning-Module, moderierte Experten- und Lerngruppen, thematisch geordnete Onlinelernquellen, eine digitale Bibliothek für Zusammenfassungen von Wirtschaftsliteratur und intern entwickelte Onlinekurse zu unternehmensspezifischen Themen. Hierdurch fördern wir aktiv das zeit- und ortsunabhängige selbst gesteuerte Lernen sowie den Austausch unserer Mitarbeiter. Darüber hinaus haben wir auch für Kunden systemintegrierte Lerneinheiten zur Verfügung gestellt.

Mithilfe des globalen Lernmanagementsystems SAP Learning Solution haben wir im Berichtsjahr die Anzahl der Online- und Offlinelernereinheiten weiter gesteigert. Darüber hinaus haben wir zusätzlich zum operativen Reporting auch ein umfassendes strategisches Reporting aufgesetzt: Während das operative Reporting detaillierte Kennzahlen in Echtzeit für die Trainingsadministration im Tagesgeschäft ausgibt, aggregiert das strategische Reporting sinnhafte Weiterbildungskennzahlen, die auch mit anderen SAP-HR-Systemen verknüpft werden, und unterstützt so die langfristige Planung und Kontrolle der internen Weiterbildung.

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden für METRO Cash & Carry Weiterbildungsangebote konzipiert und umgesetzt, deren inhaltliche Schwerpunkte eng mit der Unternehmensstrategie verzahnt sind. Dazu gehören unter anderem Qualifizierungsinitiativen zu den Themen Belieferung und Horeca-Kundenservice sowie für das interdisziplinäre Verständnis von Finanzzusammenhängen.

Ein zentraler Schwerpunkt für die Weiterbildung in allen Vertriebslinien ist die Digitalisierung der Arbeitswelt. Bei METRO Cash & Carry Deutschland stand dieses Thema im Mittelpunkt des Azubi-Projekts „Azubis als digitale Botschafter“. Den Auftakt dieser Initiative bildete das erste „METRO Azubi Camp“. 835 Auszubildende aus allen Ausbildungsjahren, 241 Begleitpersonen und die Geschäftsführung von METRO Cash & Carry Deutschland zelteten gemeinsam auf einem Pfadfinderplatz in Nordhessen. In verschiedenen Workshops und Challenges setzten sich die Auszubildenden mit der digitalen Welt auseinander, beispielsweise in Form eines Quiz per App und eines Wettbewerbs auf Instagram.

Media-Saturn hat im Oktober 2015 zum zweiten Mal die Veranstaltung „Digital@Campus“ für alle Mitarbeiter am Standort Ingolstadt sowie ausgewählte internationale Kollegen aus den Landesgesellschaften durchgeführt, um die digitale Transformation des Unternehmens voranzutreiben. Das Programm beinhaltete mehr als 30 Vorträge rund um die Themenwelten „Internet of Things & Living Tomorrow“, „Smart & Digital Retail“ sowie „Start-ups, Digital Culture & Collaboration“. Darüber hinaus konnten die Mitarbeiter wieder die neuesten digitalen Produkte ausprobieren und an Workshops und Paneldiskussionen teilnehmen. Im Rahmen der Veranstaltung bewarben sich Start-up-Unternehmen um einen Platz im Media-Saturn-Spacelab. Die 2014 ins Leben gerufene Initiative „Digital Fit“ wurde ebenfalls erfolgreich fortgeführt. Im Rahmen dieser Seminarreihe für einen internationalen Teilnehmerkreis standen monatlich Themen wie Big Data und Smart Analytics, Crowdsourcing sowie Virtual und Augmented Reality auf dem Programm.

Mit Blick auf die Digitalisierung im Handel hat die deutsche Media-Saturn-Landesgesellschaft für Media Markt und Saturn ein neues Konzept entwickelt. Es basiert auf dem sogenannten Blended-Learning-Ansatz. Die E-Learning-Plattformen „Saturn Online Akademie“ und „Fit mit Media Markt“ werden dabei zum Kern aller Weiterbildungsaktivitäten. Ziel ist es, Onlinelernen, Austausch und das Erleben im Seminarraum mit der Praxis der Arbeitsumgebung des Teilnehmers zu verbinden. Unter

dem Motto „Digital First“ stellt Saturn Deutschland bereits seit Ende 2015 jedem Mitarbeiter Informationen zu Produkten und Technik, zur Organisation sowie zu Innovationen und Verkaufstechniken auf der E-Learning-Plattform zur Verfügung. Diesen Ansatz verfolgt auch Media Markt seit 2016. Kontinuierlich steigende Nutzungszahlen belegen den Erfolg. Ausgebildete Lernbegleiter und Vor-Ort-Trainer in den Märkten sind ein wichtiger Teil dieser Strategie. Sie sorgen gemeinsam mit den Führungskräften für den Transfer der Trainingsinhalte am Arbeitsplatz.

Die griechische Landesgesellschaft von Media-Saturn hat im Geschäftsjahr 2015/16 das „Internal Trainers Program“ entwickelt und eingeführt. Im Rahmen dieses Programms wurden im Berichtsjahr 31 ausgewählte Marktmitarbeiter trainiert und zu Experten qualifiziert, um Unternehmensinitiativen wie den Media Markt Club zu fördern und die benötigten Fähigkeiten als Trainer, unter anderem für Multichannel, Customer Relationship Management sowie Tabletnutzung, zu entwickeln.

Den Blended-Learning-Ansatz verfolgt auch unsere Vertriebslinie Real im Bereich der Ausbildung. So wurden im Berichtszeitraum die einzelnen Seminarbausteine innerhalb der Ausbildung mit vor- beziehungsweise nachbereitenden E-Learning-Einheiten verknüpft, sodass die Nachwuchskräfte nicht nur im Rahmen von Präsenzeinheiten, sondern auch durch die Nutzung digitaler Medien ihr Wissen erweitern können.

Einbettung von Führungsgrundsätzen und Wandel der Unternehmenskultur

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

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

Diese Führungsgrundsätze wurden im Berichtsjahr weiter in Personalprogramme und -prozesse im Rahmen der Mitarbeiterentwicklung integriert. Ziel ist es, eine Unternehmenskultur zu etablieren, die geprägt ist von mehr Vielfalt, von stärkerer Vernetzung, von gegenseitiger Einbindung und Unterstützung, von einem Miteinander auf Augenhöhe und von der Verantwortung jedes Einzelnen.

In allen METRO Cash & Carry Ländern haben inzwischen fast sämtliche Mitarbeiter den Workshop „Leadership for Growth“ durchlaufen. Dies war der erste Schritt im Veränderungsprozess. Ziel von „Leadership for Growth“ ist es, die Fähigkeit jedes Mitarbeiters zur Selbstführung zu erhöhen, um damit die Voraussetzung für den Kulturwandel zu schaffen. Im Berichtsjahr haben rund 8.900 Führungskräfte aus 25 Landesgesellschaften von METRO Cash & Carry am Folgeworkshop „Leadership for Growth 2“ für Führungskräfte in Verwaltung und Märkten teilgenommen. Dabei geht es um eine Vertiefung von Führungskompetenzen, die die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit nachhaltig verbessern.

Media-Saturn hat im Geschäftsjahr 2015/16 das Programm „Leadership for Change“ gestartet. Ziel ist es, den Transformationsprozess und den Kulturwandel zu beschleunigen und den Prozess der Digitalisierung sowie die Kundenfokussierung voranzutreiben. Die Top-100-Führungskräfte wurden bereits in einer Veranstaltungsreihe auf den kommenden Wandel eingestellt. Ab Herbst 2016 soll der Prozess auf alle Multiplikatoren (Landes- und Marktgeschäftsführer sowie die Heads und Department Manager der Holding) ausgeweitet werden. Zudem wurde in den Landesorganisationen eine Vielzahl von Maßnahmen initiiert, um das Bewusstsein für Kundenorientierung insbesondere der Mitarbeiter in den Märkten zu schärfen. Hierbei trainiert HR auf nationaler Ebene vorzugsweise die Marktgeschäftsführungen hinsichtlich der Ableitung von Maßnahmen aus dem Net Promoter Score, einer optimierten Metrik zur Messung der Kundenbindung, initiiert verdeckte Testkäufe und führt Verkaufstrainings auf breiter Ebene durch.

Mitarbeiterengagement

Ein wichtiges Instrument, um das Engagement der Belegschaft und die Bindung an unser Unternehmen zu ermitteln, ist unsere globale Mitarbeiterbefragung METRO Voice. Wir führen sie in den Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist, in den Servicegesellschaften sowie in der METRO AG regelmäßig durch. Unter dem Motto „Eure Meinung. Unser Dialog.“ waren im Berichtszeitraum rund 106.000 Mitarbeiter aufgerufen teilzunehmen. 88 Prozent der Mitarbeiter der befragten Unternehmenseinheiten beteiligten sich an der Umfrage. Der Engagement-Wert, der den Grad der Verbundenheit, den Stolz auf das Unternehmen, die Loyalität und die Leistungsbereitschaft angibt, erreichte im Berichtsjahr erneut die 75-Prozent-Marke. Damit liegt er weit über der Global Retail Benchmark von Aon Hewitt (60 Prozent). Die positive Entwicklung lässt sich zum einen auf einen intensiven Nachfolgeprozess zurückführen: Führungskräfte erhalten einen

detaillierten Einblick in die Befragungsergebnisse und besprechen diese gemeinsam mit ihren Teams, um entsprechende Maßnahmen zur Steigerung des Engagement-Werts zu entwickeln. Zum anderen haben wir konzernweit Initiativen etabliert, mit denen wir verstärkt den Umgang mit innovativen Ideen sowie die Wertschätzung und Anerkennung unserer Mitarbeiter fördern.

Um die Erfahrungen, das Wissen und die Kreativität der Mitarbeiter einzubinden, hat Media-Saturn im Juli 2014 das Ideenmanagement „Ideas4Us“ ins Leben gerufen. Seither wurden mehr als 800 Ideen eingereicht. Mit regelmäßigen Aktionen werden die Mitarbeiter dazu motiviert, Vorschläge einzureichen. Darüber hinaus haben sie die Möglichkeit, auf der Plattform Ideen zu bewerten oder sich über ihre Umsetzung im Ideenblog zu informieren.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement

Die METRO GROUP legt großen Wert darauf, faire Arbeitsbedingungen für die gesamte Belegschaft sicherzustellen. Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement sind dafür elementar. In einer personalintensiven Branche wie dem Handel sind Prävention, Sicherheit und Gesundheit essenziell und durch den demografischen Wandel wächst ihre Bedeutung weiter. Wir begegnen diesen Erfordernissen durch planvolles und strukturiertes Handeln. Dies zeigt sich unter anderem in unserem Unfallreporting, das mehr als 95 Prozent der METRO GROUP Beschäftigten abdeckt. Real, METRO Cash & Carry sowie die METRO AG, METRO SYSTEMS und METRO PROPERTIES haben ein System implementiert, das es ermöglicht, Unfallursachen zu evaluieren sowie Bereiche mit hohen Unfallraten oder besonders gefährdete Personengruppen zu identifizieren. So können wir Unfallschwerpunkte erkennen und gezielt Gegenmaßnahmen definieren. Für die deutschen Gesellschaften der METRO GROUP wurde bei den Unfällen im Berichtsjahr gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum ein Anstieg verzeichnet. Die 1.000-Mann-Quote liegt für das Geschäftsjahr 2015/16 bei 22,6 (2014/15: 21,9). Der Wert gibt die relative Unfallhäufigkeit pro 1.000 Vollzeitmitarbeiter an und entspricht 1.691 gemeldeten Unfällen (2014/15: 1.655). Bei einer angenommenen Mindestabwesenheit von lediglich drei Tagen pro meldepflichtigem Unfall ist somit der durchschnittliche Produktivitätsverlust von rund 934.200 € auf rund 946.100 € gestiegen.

Zur Vermeidung von Unfällen stehen für uns nach wie vor Arbeitssicherheitstrainings im Fokus. Daher haben wir die Entwicklung unserer eigenen Trainingsbibliothek auch im Geschäftsjahr 2015/16 weiter vorangetrieben. Ein von der METRO LOGISTICS entwickeltes Training für den Umgang mit Flurförderfahrzeugen wurde so aufbereitet, dass es international einsetzbar ist.

Um das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass Arbeitssicherheit eine Aufgabe aller Mitarbeiter ist, haben wir uns an der Initiative der International Labour Organization (ILO) beteiligt: Am 28. April 2016 veranstalteten wir in acht METRO Cash & Carry Landesorganisationen unseren ersten internationalen Welttag für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz. Im Rahmen eines Wettbewerbs dokumentierten unsere Mitarbeiter ihr Verständnis von Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement. Flankiert wurde diese Maßnahme durch die Verabschiedung einer verbindlichen Standardprozessbeschreibung für METRO Cash & Carry, die METRO AG, METRO PROPERTIES, METRO LOGISTICS und METRO SYSTEMS. Hierin werden Aufbau und Tätigkeitsbereiche für Arbeitssicherheit, ein aktives Gesundheitsmanagement sowie eindeutige Verantwortlichkeiten dokumentiert und Mindeststandards gesetzt.

Auch auf nationaler und lokaler Ebene realisierten unsere Gesellschaften im Geschäftsjahr 2015/16 zahlreiche Projekte zu den Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement: Real hat gemeinsam mit der Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik das Projekt „Gesunde Arbeit im Handel“ mit dem Schwerpunkt psychische Belastungen abgeschlossen. Im Berichtsjahr wurden praktische Verfahren und Instrumente zur Umsetzung in den Märkten entwickelt, unter anderem der PegA-Expertencheck, ein Begehungsprotokoll für Fachkräfte, sowie das PegA-Team-Instrument, ein Instrument zur Beteiligung der Mitarbeiter vor Ort in Form von Gesundheitswerkstätten. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurde die Gesundheitswerkstatt in zehn Real-Märkten durchgeführt. Der Schwerpunkt der Arbeitssicherheit bei Real liegt weiterhin auf der Reduzierung der Unfallzahlen. Ziel ist es, dauer-

haft 25 Prozent unter dem durchschnittlichen Wert in der „Gefahrklasse Einzelhandel“ zu bleiben.

METRO Cash & Carry Deutschland hat die Gefährdungsbeurteilung zu psychischen Belastungen mit dem „Kurzverfahren Psychische Belastung“ nach erfolgter Qualifizierung der örtlichen Fachkräfte für Arbeitssicherheit in allen Großmärkten sowie in der Zentrale durchgeführt. Die Ergebnisse werden nun mit Unterstützung des betriebsärztlichen Diensts ausgewertet, um Handlungsfelder zu identifizieren und konkrete Lösungen zu erarbeiten. Als Präventionsmaßnahme führt METRO Cash & Carry Deutschland darüber hinaus die Gefährdungsbeurteilung zur Identifikation von Belastungen des Muskel-Skelett-Systems durch. Nach erfolgreichem Test der hierzu genutzten Leitmerkmalermethode wird das Verfahren in allen Märkten eingesetzt und die damit verbundene Maßnahmenplanung weitergeführt.

Weitere Beispiele für lokale Initiativen sind die Einführung von Achtsamkeitsseminaren bei METRO Cash & Carry Belgien als Reaktion auf stressbedingte Erkrankungen und die Implementierung eines Stresstests bei METRO Cash & Carry Japan.

Die METRO AG sowie einige Gesellschaften der METRO GROUP mit Sitz an der Hauptverwaltung in Düsseldorf bieten Mitarbeiterunterstützungsprogramme an. Insgesamt haben rund 3.500 Beschäftigte die Möglichkeit, psychologischen Rat einzuholen. Bei betrieblichen Konfliktsituationen, aber auch bei privaten Sorgen stehen externe Experten zur Verfügung, die bei der Suche nach Lösungen unterstützen.

Die griechische Landesgesellschaft von Media-Saturn wurde im Oktober 2015 mit dem „HR & Health Award“ „Excellence in Workplace Wellbeing“ ausgezeichnet. Das Programm bietet für alle Mitarbeiter neben Erste-Hilfe-Kursen oder Sicherheitskursen zur Brandvermeidung und -bekämpfung auch Angebote zur psychologischen Unterstützung mit ausgebildeten Psychologen und Life Coaches.

Diversity-Management

	2014/15	2015/16
Durchschnittsalter Belegschaft (Jahre)	38,5	38,9
Neueinstellungen von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus in Deutschland	678	618
Neueinstellungen von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus, international	996	946
Anteil von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus an der Gesamtbelegschaft in Deutschland	33,6 %	34,1 %
Anteil von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus an der Gesamtbelegschaft, international	10,3 %	11,2 %
Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte in Deutschland	4.885	4.829
Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte, international	1.906	1.835

Es ist unsere feste Überzeugung, dass Inklusion und Diversität zu besseren Geschäftsergebnissen für die METRO GROUP führen – durch bessere Repräsentation unserer Kunden im Unternehmen, durch den Zugang zu einem Mehr an Talenten und durch ein stärkeres Engagement und die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. Über die geschlechtsspezifische Vielfalt hinaus stellt unser Ansatz Inclusion & Diversity bei der METRO GROUP alle individuellen Mitarbeiter und deren Diversitäten in den Mittelpunkt und schafft damit Bedingungen, in denen sie am besten agieren können. Daher muss die METRO GROUP eine integrative Arbeitsumgebung und eine offene Arbeitskultur schaffen, in der individuelle Unterschiede geachtet, geschätzt und gefördert werden und eine vielfältige Belegschaft aufgebaut wird, in der jeder Einzelne seine individuellen Potenziale und Stärken voll entfalten und nutzen kann.

Im Berichtsjahr hat die METRO GROUP ihre Strategie zur Förderung von „Inclusion & Diversity“ (Einbeziehung und Vielfalt) weiter konsequent verfolgt. So wurde beispielsweise „Inclusion for Growth“, ein Sensibilisierungsprogramm zum Thema Vielfalt, entwickelt, das einen generellen Kulturwandel im Unternehmen vorantreiben soll. Mithilfe von Workshops und einem E-Learning-Modul sollen Mitarbeiter aller Länder und Hierarchieebenen für das Thema „Inclusion & Diversity“ sensibilisiert werden. Mit der Umsetzung des Programms wurde im letzten Jahr in der METRO AG sowie bei METRO Cash & Carry begonnen. Weiterhin wird dieses Thema in ein globales Programm zur Führungskräfteentwicklung aufgenommen, das ab 2017 umgesetzt wird. Bereits seit 2013 ist die METRO GROUP im Vorstand der Charta der Vielfalt e. V. vertreten. Anlässlich des 4. Deutschen Diversity-Tags haben wir unter dem Motto „Vielfalt statt Einfalt – Kulturelle Kompetenz für wirtschaftlichen Erfolg“ im Juni 2016 im Rahmen des Diversity-

Netzwerks Rhein-Ruhr eine gemeinsame Veranstaltung organisiert. Rund 100 Führungskräfte der Mitgliedsunternehmen waren eingeladen, auf vielfältige Art und Weise die Bedeutung des Themas für ihre Führungsaufgabe zu erleben.

Die METRO GROUP beschäftigt derzeit zwei für Inclusion & Diversity verantwortliche Vollzeitmitarbeiter mit einem Budget von 200.000 €. Die METRO GROUP hat sich verpflichtet, die folgenden Diversity-Dimensionen zu fokussieren, um eine ausgewogenere Belegschaft zu erlangen und damit ein bevorzugter Arbeitgeber zu werden:

- Geschlecht, zum Beispiel durch mehr Frauen in Führungspositionen (siehe auch nächster Abschnitt). Das Mitarbeiternetzwerk Women in Trade (WiT) umfasst mittlerweile rund 290 Mitglieder. WiT möchte dazu beitragen, den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu steigern, den internen und externen Dialog zu fördern und bessere Rahmenbedingungen für Frauen im Konzern zu schaffen. Das Netzwerk ist international ausgerichtet.
- Kultureller Hintergrund und Religion, zum Beispiel durch mehr verschiedene Nationalitäten und größere kulturelle Diversität in den METRO Cash & Carry Landesvorständen. Im Berichtsjahr waren Beschäftigte aus 169 Nationen für die METRO GROUP tätig.
- Alter, zum Beispiel indem aufgeschlossene Beziehungen zwischen jüngeren und älteren Mitarbeitern intensiviert sowie Einstellungen gefördert werden, die Rationalität gegenüber Seniorität den Vorzug geben.
- Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen, zum Beispiel durch eine Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen, die über das gesetzliche Mindestmaß hinausgeht. Die Quote der Schwerbehinderten oder der ihnen Gleichgestellten in der METRO GROUP liegt über der gesetzlichen Mindestanforderung von 5 Prozent.
- Sexuelle Orientierung, zum Beispiel indem der aufgeschlossene Umgang mit jeder anderen sexuellen Orientierung als der eigenen weiter ausgebaut wird. Das 2015 gegründete LSBTI-Netzwerk (Lesben, Schwule, Bisexuelle, Trans- und Intersexuelle) hat es sich zum Ziel gesetzt, stärker auf die Themen sexuelle Orientierung und Identität aufmerksam zu machen. Während der Campus Days im Juni 2016 lancierte METRO PRIDE im Rahmen eines Workshops zum Thema „Sexuelle Orientierung und Identität“ ein Botschafterprogramm.

Unsere Vertriebslinie Real richtet ihren Fokus unter anderem auf Jugendliche, die keine Ausbildungsstelle finden konnten, nicht für eine Ausbildung geeignet, lernbeeinträchtigt oder

sozial benachteiligt sind. Sie erhalten die Möglichkeit, an der betrieblichen Einstiegsqualifizierung (EQ) teilzunehmen. Dabei handelt es sich um eine bundesweite Maßnahme zur Berufsorientierung im Rahmen des Nationalen Pakts für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs. In sechs bis zwölf Monaten lernen die Jugendlichen das Berufsleben kennen. Die Einstiegsqualifizierung dient als Türöffner für eine Ausbildung oder eine Beschäftigung. Im Berichtszeitraum haben mehr als 20 junge Menschen bei Real an dem EQ-Programm teilgenommen. Rund 40 Prozent wurden nach Abschluss des Programms in eine Ausbildung übernommen. Für die vielseitigen Initiativen und das Engagement bei der Beschäftigung von Menschen mit Behinderung wurde Real mit dem „Inklusionspreis 2015“ in der Kategorie „Großes Unternehmen“ ausgezeichnet. Dieser Preis wird jährlich durch das UnternehmensForum unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales an Unternehmen verliehen, die sich im besonderen Maße für die Inklusion im Arbeitsleben engagieren.

Chancengleichheit im Beruf

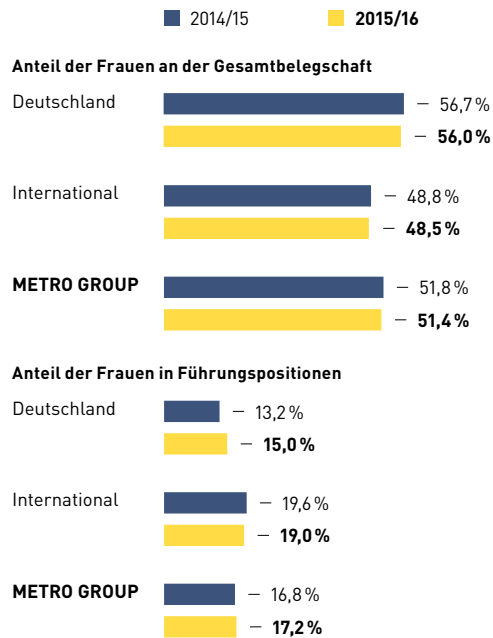
Im Rahmen unseres Diversity-Managements fördern wir die berufliche Chancengleichheit von Männern und Frauen. Gemeinsam mit weiteren börsennotierten deutschen Unternehmen hat sich die METRO GROUP bereits 2011 freiwillig dazu verpflichtet, den Anteil von Frauen auf den Führungsebenen eins bis drei weiter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

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

Lebensphasenorientierte Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie

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

Frauenanteil METRO GROUP



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

Darüber hinaus bietet Media-Saturn Unterstützung bei der flexiblen Gestaltung der Arbeitszeit. Durch das „3-Monats-Sabbatical“ haben Mitarbeiter die Option, eine längere Auszeit vom Berufsalltag zu nehmen. Das Programm „Mein Tag Auszeit“ ermöglicht es ihnen, bis zu zwölf zusätzliche Urlaubstage pro Jahr zu erhalten. Dies wird durch eine Reduktion des Grundgehalts kompensiert.

Die Teilzeitquote der METRO GROUP ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum leicht auf 27,2 Prozent gestiegen. [2014/15: 26,6 Prozent]. In Deutschland arbeiteten 43,2 Prozent [2014/15: 43,7 Prozent] unserer Mitarbeiter in Teilzeit, international 17,2 Prozent [2014/15: 16,5 Prozent]. Die METRO GROUP möchte Mitarbeiter in allen Lebensphasen unterstützen – das

schließt die Pflege von Angehörigen mit ein. Mitarbeiter können sich rund um dieses Thema beraten lassen. Dafür haben wir bereits 2014 eine Kooperation mit einem externen Dienstleister geschlossen.

Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen

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

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

Basierend auf in der Türkei, in Polen und Österreich durchgeführten Prüfungen wurde im Berichtsjahr das nächste Projekt gestartet, das eine erweiterte Prüfung der fairen Arbeitsbedingungen und der sozialen Partnerschaft in unseren Märkten und Büros in den Ländern der METRO GROUP vorsieht. Diese erweiterte Prüfung basiert auf den UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und umfasst neben den sieben globalen Prinzipien der METRO GROUP zu fairen Arbeitsbedingungen und sozialer Partnerschaft zum Beispiel auch den Datenschutz der Mitarbeiter. Das Projekt startete im Oktober 2016 mit METRO Cash & Carry Ukraine als Pilotland, im Jahr 2017 werden Prüfungen in weiteren sechs METRO Cash & Carry Ländern folgen.

Die METRO GROUP beteiligt sich aktiv am jährlichen UNI-Global-METRO-Alliance-Treffen. Im November 2015 kamen in Berlin Arbeitnehmervertreter mit Vertretern des Managements zusammen, um ihre Ansichten über die Entwicklungen in der METRO GROUP in den verschiedenen Ländern auszutauschen.

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

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

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Im Berichtszeitraum beschäftigte die METRO GROUP durchschnittlich 196.540 (2014/15: 203.773) Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das sind 3,5 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Der größte Teil unserer Mitarbeiter ist außerhalb unseres Heimatmarkts Deutschland beschäftigt. In Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien hatten wir mit 125.705 Mitarbeitern auf Vollzeitbasis 5,5 Prozent weniger als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Dies ist vor allem bedingt durch den Rückzug von METRO Cash & Carry aus Vietnam. In Deutschland hat sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis leicht auf 70.835 (2014/15: 70.815) erhöht.

Unsere Vertriebslinie METRO Cash & Carry beschäftigte im Berichtszeitraum im Durchschnitt 101.380 Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das entspricht einer Reduktion um 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Für Media-Saturn waren im Berichtszeitraum durchschnittlich 58.396 Vollzeitkräfte tätig, das sind 0,8 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Bei Real verringerte sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis um 2,8 Prozent auf 27.281. Die Zahl der Vollzeitkräfte im Segment Sonstige ging um 0,4 Prozent auf 9.483 Beschäftigte zurück.

Mitarbeiterentwicklung der METRO GROUP

Durchschnitt

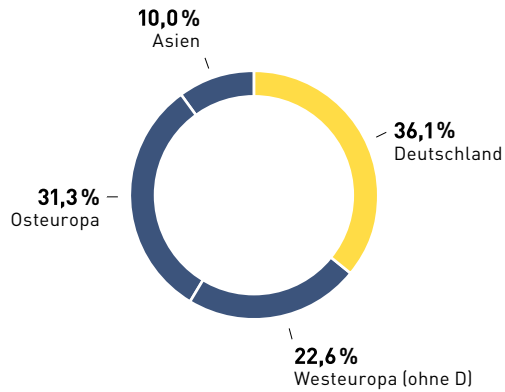
Mitarbeiterzahl nach Köpfen

	Deutschland	International	Gesamt
2014/15	84.398	142.497	226.895
2015/16	84.329	135.349	219.678 [-3,2 %]

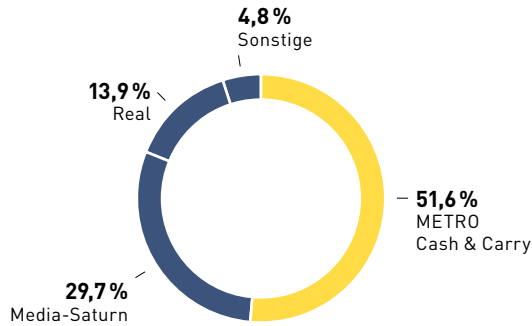
Mitarbeiterzahl auf Vollzeitbasis

	Deutschland	International	Gesamt
2014/15	70.815	132.958	203.773
2015/16	70.835	125.705	196.540 [-3,5 %]

Mitarbeiter nach Regionen
auf Vollzeitbasis



Mitarbeiter nach Segmenten
auf Vollzeitbasis



Entwicklung des Personalaufwands

Unsere Personalaufwendungen stiegen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,1 Prozent auf 6,5 Mrd. € (2014/15: 6,5 Mrd. €). Davon entfielen 5,3 Mrd. € (2014/15: 5,3 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 36.476 Mitarbeiter in Deutschland dieses Angebot in Anspruch genommen (2014/15: 38.160 Mitarbeiter). Das entspricht einer Quote von 46,4 Prozent (2014/15: 47,6 Prozent).

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

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten

Auf Vollzeitbasis zum Stichtag 30.9.¹

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Sonstige		METRO GROUP	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Deutschland	12.640	12.697	24.317	25.202	27.849	27.087	5.831	5.729	70.637	70.714
Belgien	2.581	2.601	1.535	1.564					4.116	4.165
Dänemark			33	37					33	37
Frankreich	8.229	8.192							8.229	8.192
Italien	3.832	3.702	5.237	5.219					9.069	8.921
Luxemburg			139	128					139	128
Niederlande	2.533	2.162	3.636	3.691			11	11	6.180	5.863
Österreich	1.920	1.915	2.410	2.381					4.330	4.295
Portugal	899	899	486	540					1.385	1.439
Schweden			1.014	916					1.014	916
Schweiz	0	78	1.103	1.087			77	73	1.180	1.239
Spanien	3.396	3.323	5.401	5.447					8.796	8.770
Vereinigtes Königreich			0	2					0	2
Westeuropa (ohne D)	23.390	22.871	20.994	21.012			88	84	44.470	43.966
Bulgarien	2.203	2.235							2.203	2.235
Griechenland			746	793					746	793
Kasachstan	881	820							881	820
Kroatien	1.125	1.077							1.125	1.077
Moldawien	598	609							598	609
Polen	5.771	4.877	4.986	5.023			293	368	11.049	10.268
Rumänien	4.300	3.874					1.451	1.444	5.751	5.318
Russland	17.693	16.671	3.454	2.985			582	649	21.730	20.304
Serbien	1.241	1.229							1.241	1.229
Slowakei	1.184	1.245							1.184	1.245
Tschechien	3.235	3.227							3.235	3.227
Türkei	4.399	4.149	1.981	1.930			104	86	6.483	6.165
Ukraine	3.382	2.782							3.382	2.782
Ungarn	2.508	2.549	1.167	1.294			6	5	3.681	3.848
Osteuropa	48.520	45.345	12.333	12.024			2.437	2.551	63.289	59.919
China ²	11.899	12.137	14	14			497	379	12.410	12.530
Indien	3.585	4.610					649	686	4.234	5.296
Japan	777	826							777	826
Pakistan	1.703	1.813							1.703	1.813
Vietnam	3.304	0							3.304	0
Asien	21.267	19.386	14	14			1.146	1.065	22.427	20.465
USA³	5	5							5	5
International	93.181	87.606	33.341	33.050			3.670	3.700	130.192	124.355
METRO GROUP	105.822	100.302	57.658	58.251	27.849	27.087	9.501	9.429	200.830	195.069

¹Rundungsdifferenzen möglich

²Die gesamten Mitarbeiter der Classic Fine Foods Group sind der Region Asien (China) zugeordnet

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

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten

nach Köpfen zum Stichtag 30.9.

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Sonstige		METRO GROUP	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Deutschland	14.647	14.656	27.304	28.284	36.063	35.121	5.935	5.842	83.949	83.903
Belgien	3.026	3.072	1.623	1.642					4.649	4.714
Dänemark			33	37					33	37
Frankreich	8.539	8.493							8.539	8.493
Italien	4.375	4.233	5.826	5.877					10.201	10.110
Luxemburg			122	132					122	132
Niederlande	4.414	3.660	4.796	4.842			11	11	9.221	8.513
Österreich	2.116	2.101	2.861	2.834					4.977	4.935
Portugal	944	939	546	604					1.490	1.543
Schweden			1.511	1.364					1.511	1.364
Schweiz	0	80	1.295	1.272			82	78	1.377	1.430
Spanien	3.744	3.690	6.508	6.613					10.252	10.303
Vereinigtes Königreich			0	2					0	2
Westeuropa (ohne D)	27.158	26.268	25.121	25.219			93	89	52.372	51.576
Bulgarien	2.208	2.240							2.208	2.240
Griechenland			813	859					813	859
Kasachstan	887	827							887	827
Kroatien	1.142	1.085							1.142	1.085
Moldawien	598	609							598	609
Polen	5.981	5.521	5.035	5.070			294	370	11.310	10.961
Rumänien	4.349	3.906					1.459	1.450	5.808	5.356
Russland	17.800	16.917	3.481	3.008			586	656	21.867	20.581
Serbien	1.241	1.229							1.241	1.229
Slowakei	1.188	1.257							1.188	1.257
Tschechien	3.466	3.464							3.466	3.464
Türkei	4.555	4.294	1.982	1.930			104	86	6.641	6.310
Ukraine	3.426	2.828							3.426	2.828
Ungarn	2.547	2.587	1.185	1.312			6	5	3.738	3.904
Osteuropa	49.388	46.764	12.496	12.179			2.449	2.567	64.333	61.510
China ¹	11.899	12.142	14	14			501	383	12.414	12.539
Indien	3.598	4.624					650	687	4.248	5.311
Japan	1.063	1.137							1.063	1.137
Pakistan	1.715	1.837							1.715	1.837
Vietnam	3.363	0							3.363	0
Asien	21.638	19.740	14	14			1.151	1.070	22.803	20.824
USA²	5	5							5	5
International	98.189	92.777	37.631	37.412			3.693	3.726	139.513	133.915
METRO GROUP	112.836	107.433	64.935	65.696	36.063	35.121	9.628	9.568	223.462	217.818

¹ Die gesamten Mitarbeiter der Classic Fine Foods Group sind der Region Asien (China) zugeordnet

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

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

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

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

Konzernweites Rahmenwerk

Aufbauend auf dem Konzept „Internal Control – Integrated Framework“ des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) hat der Bereich Corporate Accounting der METRO AG konzernweite Mindestvorgaben zur Ausgestaltung des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems für die METRO AG, die Vertriebslinien und die wesentlichen Servicegesellschaften definiert. Durch diese Vorgaben soll insbesondere sichergestellt werden, dass die relevanten Rechnungslegungsvorschriften sowie die entsprechenden 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 13 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 zum Ende eines Geschäftsjahres zu evaluieren (Selbsteinschätzung). Hierzu wird eine konzernweit einheitliche Methodik durch den Bereich Corporate Accounting vorgegeben. Außerdem ist die Wirksamkeit der Kontrollen Gegenstand der risikoorientierten, unabhängigen Prüfungen des Bereichs Group Internal Audit.
- Berichterstattung: Die Ergebnisse der Selbsteinschätzungen sind in einem standardisierten Berichtsformat an den Bereich Corporate Accounting zu melden. Dabei sind die Konzerngesellschaften verpflichtet zu bestätigen, dass die Selbsteinschätzungen gemäß der vorgegebenen Methodik erfolgt sind. Neben den Kontrollaktivitäten umfasst die Berichterstattung auch Aussagen zu den übrigen vier Komponenten des COSO-Rahmenwerks: Kontrollumfeld, Risikobeurteilung, Information und Kommunikation sowie Überwachung. Die Einzelberichte der Gesellschaften werden von dem Bereich Corporate Accounting validiert und zu einem Gesamtbericht über das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem der METRO GROUP zusammengefasst. Dieser wird an das Governance, Risk, and Compliance Committee (GRCC) sowie den Vorstand der METRO AG berichtet.

Seit dem Geschäftsjahr 2014/15 werden diese vier Phasen des internen Kontrollzyklus in der RSA-Archer-GRC-Software abgebildet. Nachdem diese zunächst nur in den METRO Cash & Carry

Ländern sowie den Dienstleistungszentren in Pune, Indien, und Stettin, Polen, eingeführt wurde, sind im Geschäftsjahr 2015/16 die übrigen Vertriebslinien, die METRO AG und die wesentlichen Servicegesellschaften hinzugekommen.

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

IFRS-Bilanzierungsrichtlinie

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

Rechnungslegungsprozesse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen

Die Einzelabschlusserstellung der einbezogenen Unternehmen nach den IFRS für Konsolidierungszwecke erfolgt grundsätzlich in SAP-basierten Rechnungslegungssystemen (SAP-FI). Durch die organisatorische Trennung von Haupt- und Nebenbuchhaltungen, zum Beispiel Anlagenbuchhaltung, stellen wir zum einen die klare Zuständigkeit für die einzelnen Abschluss-

erstellungstätigkeiten sicher. Zum anderen ist eine Funktionstrennung gegeben, durch die Kontrollprozesse wie beispielsweise ein Vier-Augen-Prinzip gewährleistet sind. In diesen Systemen werden die Einzelabschlüsse eines Großteils der Konzernunternehmen unter Zugrundelegung eines zentral gepflegten Kontenplans nach einheitlichen Buchungsvorgaben erstellt.

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

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

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

Im Anschluss an die Übertragung der Einzelabschlussdaten nach den IFRS in das SAP-basierte Konsolidierungssystem werden die Daten dort einer automatisierten Plausibilitätsprü-

fung vor dem Hintergrund rechnungswesenspezifischer Zusammenhänge und Abhängigkeiten unterzogen. Sollte das System im Rahmen dieser Validierungen Fehler- oder Warnmeldungen erzeugen, sind diese vom Einzelabschlussverantwortlichen vor Weitergabe der Daten an die Konsolidierungsstelle entsprechend zu bearbeiten.

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

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

Rechnungslegungsprozesse im Rahmen der Konsolidierung

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

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

Die zur Erstellung des Konzernabschlusses 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 Abschlusserstellungsprozesse, der Anwendung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie und der Konzernrechnungslegungsprozesse innerhalb der METRO GROUP vor. Hierbei werden im Rahmen der risikoorientierten Jahresrevisionsplanung Schwerpunktthemen definiert.

Externe Prüfung

Der Abschlussprüfer des Konzernabschlusses prüft die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie und stellt sie den Abschlussprüfern der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften 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 Konzern-

gesellschaften 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 Halbjahresfinanzbericht einer prüferischen Durchsicht und prüfen den Konzernabschluss zum Jahresende. Die abschließende prüferische Beurteilung des Konzernabschlusses wird in Form eines Bestätigungsvermerks im Geschäftsbericht veröffentlicht.

– WIRTSCHAFTSBERICHT

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen¹

Die Weltwirtschaft hat sich im Geschäftsjahr 2015/16 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter abgeschwächt. Insgesamt ist sie nach Finanz- und Staatschuldenkrise noch nicht wieder auf einem nachhaltigen Wachstumspfad angekommen. Die Entwicklung verlief dabei ein weiteres Mal sehr uneinheitlich.

In den USA schwächte sich das Wachstum insbesondere Anfang 2016 ab und erholte sich im weiteren Jahresverlauf nur leicht, sodass die Wirtschaft dort insgesamt wesentlich langsamer wuchs als in den beiden Vorjahren. In Westeuropa setzte sich dagegen die moderate Erholung fort. Gestützt wurde das Wachstum dabei erneut durch den niedrigen, wenn auch im Jahresverlauf ansteigenden Ölpreis sowie die niedrigen Zinsen. Trotz nach wie vor hoher Staatsverschuldung und einer weiterhin nur schwachen Investitionstätigkeit konnte die Region auch dank eines insgesamt soliden privaten Konsums ein positives Wachstum vorweisen. In Osteuropa war die Entwicklung weiterhin zweigeteilt: auf der einen Seite die zentraleuropäischen Länder mit insgesamt stabilem Wachstum, auf der anderen Seite die übrigen Länder Osteuropas, in denen die wirtschaftliche Situation nach wie vor vom Russland/Ukraine-Konflikt sowie von der rückläufigen russischen Wirtschaft überlagert wurde. In Asien schwächte sich das Wachstum in China weiter ab, gleichzeitig konnte die japanische Wirtschaft nur leicht wachsen. Die Region insgesamt wies aber nach wie vor das stärkste Wachstum aller Regionen auf, in denen die METRO GROUP tätig ist. Alles in allem lag das Weltwirtschaftswachstum 2016 mit etwas über 2 Prozent unterhalb des bereits schwachen Vorjahreswachstums von 2,5 Prozent.

Das Geschäftsjahr 2015/16 war politisch von einer Zunahme terroristischer Anschläge geprägt, wobei die Türkei, Belgien und Frankreich besonders betroffen waren. In der Türkei führte der Putschversuch des Militärs im Juli 2016 zur Verhängung des Ausnahmezustands. Seit Mitte Juni 2016 dominierte der anstehende Austritt des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union (Brexit) die politische Debatte. Die konkreten wirtschaftlichen Auswirkungen des Brexit hängen im Wesentlichen vom Verhandlungsprozess zwischen der Europäischen Union und dem Vereinigten Königreich in den kommenden Jahren ab. Die wirtschaftlichen Folgen im abgeschlossenen Geschäftsjahr fielen außerhalb des Vereinigten Königreichs überschaubar aus.

Über das gesamte Geschäftsjahr 2015/16 hat sich der Euro gegenüber dem US-Dollar nach der starken Abwertung 2014/15 insgesamt stabilisiert. Nach der Aufwärtsbewegung im ersten Halbjahr wies er in der Folge der Brexit-Abstimmung zunächst einen Abwärtstrend auf, hat sich seitdem aber wieder leicht erholt. Der japanische Yen ist die einzige wesentliche Währung in den METRO GROUP Ländern, die im Berichtsjahr substanziell gegenüber dem Euro an Wert zugelegt hat. Stark rückläufig war dagegen der kasachische Tenge. Ebenfalls weiter signifikant an Wert verloren haben der russische Rubel, die ukrainische Hrywnja sowie die türkische Lira. Als Konsequenz der Währungsabwertungen stiegen die Verbraucherpreise in diesen Ländern deutlich an. Mit allmählicher Stabilisierung der Währungen in Russland und der Ukraine ging dort auch die Inflation zurück. In den übrigen Ländern Europas stagnierten die Preise dagegen weiterhin nahezu. Gründe dafür sind die nach wie vor niedrigen Energiepreise sowie die fort-dauernd verhaltene weltwirtschaftliche Nachfrage. Die Lebensmittelpreise stiegen im Vergleich zu den gesamten Verbraucherpreisen leicht überdurchschnittlich an, der Zuwachs fiel mit unter einem Prozent aber ebenfalls verhalten aus.

Bezogen auf die Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist, lag das Wirtschaftswachstum in Deutschland und Westeuropa im Geschäftsjahr 2015/16 jeweils in der Größenordnung des Vorjahres. Osteuropa insgesamt konnte in diesem Zeitraum wieder etwas stärker wachsen. Dies ist insbesondere auf den Basiseffekt in Russland zurückzuführen: Nach dem konjunkturellen Einbruch im Jahr 2015 war die Wirtschaftsleistung bis September 2016 nur noch leicht rückläufig. Die mitteleuropäischen Länder wiesen dagegen aufgrund der Verflechtung

¹ Die im Kapitel Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen genannten Zahlen zur BIP-Entwicklung beziehen sich jeweils auf die Gesamtjahre 2015 und 2016. Dementsprechend handelt es sich bei den 2016er-Werten um Prognosen. Die qualitativen Aussagen im Text beziehen sich hingegen, soweit nicht anders angegeben, auf den Berichtszeitraum.

mit den westeuropäischen Ländern im Geschäftsjahr 2015/16 ein stabiles Wachstum in der Größenordnung von knapp 3 Prozent auf, das damit nur leicht unterhalb des Wachstums des Geschäftsjahres 2014/15 lag. Die asiatischen Schwellenländer erzielten 2015/16 wiederholt die höchsten Wachstumsraten trotz der schwächeren Entwicklung in China.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts wichtiger Weltregionen und Deutschlands

Veränderungen zum Vorjahr in Prozent

	2015 ¹	2016 ²
Welt	2,5	2,1
Deutschland	1,7	1,8
Westeuropa (ohne Deutschland)	1,6	1,5
Osteuropa	0,1	1,2
Asien	3,7	3,7

Quelle: Feri

¹ Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2014/15 abweichen, da bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

² Prognose

Konsumgüterhandel mit solider Entwicklung auf moderatem Niveau

Aufgrund der unterschiedlichen wirtschaftlichen Entwicklung in den Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist, entwickelte sich auch der Handel gemischt. In Westeuropa spiegelte sich die weitere wirtschaftliche Erholung auch in robusten Handelsumsätzen wider. Mit nominal etwas über 1,5 Prozent lag das Wachstum im Geschäftsjahr 2015/16 leicht oberhalb des Vorjahreswerts. In Ost- und Mitteleuropa fielen die Handelszahlen entsprechend der wirtschaftlichen Entwicklung unterschiedlich aus. Während die mitteleuropäischen Länder ein robustes Wachstum aufwiesen, gingen die Handelsumsätze in Russland und der Ukraine preisbereinigt stark zurück. Die Schwellenländer Asiens zeigten trotz leichter Abschwächung wiederholt die höchsten Wachstumsraten.

Deutschland

Deutschland entwickelte sich im Berichtsjahr erneut stabil. Die weiter rückläufige Arbeitslosigkeit und insbesondere die Zunahme der verfügbaren Einkommen stärkten dabei privaten Konsum und Einzelhandel, die das Wirtschaftswachstum stützen konnten. Preisbedingt wuchs der Handel mit Lebensmitteln leicht stärker als der Handel mit Nichtlebensmitteln. Gleichzeitig legte der Onlinehandel weiter zu und konnte seinen Marktanteil erneut steigern.

Westeuropa

In Westeuropa wirkten der niedrige Ölpreis sowie die niedrigen Zinsen weiterhin konjunkturfördernd. Dagegen trübten die Unsicherheit bezüglich des Austritts des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union und die verübten Anschläge die Lage in den Ländern Westeuropas. Auch das Thema Staatsverschuldung blieb weiterhin auf der Agenda. Insgesamt konnten die Länder der Eurozone 2016 aber mit rund 1,5 Prozent weiter auf dem moderaten Wachstumspfad bleiben. Dank der wirtschaftlichen Belebung ging die Arbeitslosigkeit langsam, aber kontinuierlich zurück. Dadurch erholte sich auch das Handelsgeschäft, das nominal leicht oberhalb von 1,5 Prozent zulegen konnte. Aufgrund der niedrigen Inflation lag das Wachstum preisbereinigt auf demselben Niveau. Überdurchschnittlich fielen dabei Wirtschafts- und Handelsentwicklung in Schweden und Spanien mit Wachstumsraten oberhalb von 3 Prozent aus. In Portugal zeigte sich ein gemischtes Bild mit unterdurchschnittlicher Wirtschaftsleistung, aber insgesamt robuster Handelsentwicklung. Unterdurchschnittlich fielen dagegen beide Entwicklungen in Italien, Belgien und den Niederlanden aus.

Osteuropa

In Osteuropa wurde die Entwicklung erneut durch die schwache Wirtschaft Russlands und den andauernden Russland/Ukraine-Konflikt geprägt. In beiden Ländern war die Wirtschaftsentwicklung ein weiteres Jahr rückläufig. Insgesamt ging die Wirtschaftsleistung aber zum Ende des Geschäftsjahres nicht mehr weiter zurück. Über das gesamte Geschäftsjahr wirkte sich die schwache Wirtschaftsentwicklung auch auf das Handelsgeschäft aus. Während die Handelsumsätze nominal aufgrund der überdurchschnittlichen Preissteigerungen noch leicht anstiegen, waren sie preisbereinigt stark rückläufig. In den Ländern Zentraleuropas zeigte sich dagegen insgesamt eine robuste wirtschaftliche Entwicklung. Davon konnte auch das Handelsgeschäft profitieren, das sich in Polen, Tschechien und Ungarn, aber auch in Bulgarien und Rumänien mit einem nominalen Wachstum oberhalb von 3 Prozent positiv entwickelte. Etwas schwächer fiel das Handelswachstum trotz insgesamt positiver Wirtschaftsentwicklung in der Slowakei aus. Ein weiteres Jahr rückläufige Handelszahlen hatte dagegen Griechenland zu verkraften. In der Türkei verschlechterte sich zwar die innenpolitische Lage nach Anschlägen und Putschversuch, die Auswirkungen auf Wirtschaft und Handel insgesamt waren jedoch bisher überschaubar. Anders sieht das in einzelnen Sektoren wie dem Tourismus und der Gastronomie aus, wo die Folgen der erhöhten Unsicherheit bereits spürbar waren.

Asien

Die Schwellenländer in Asien wiesen im Geschäftsjahr 2015/16 erneut das höchste Wirtschaftswachstum auf. Allerdings hat sich das Wachstum der chinesischen Wirtschaft insgesamt abgeschwächt. Indien setzte dagegen den positiven Trend fort und konnte das zweite Jahr hintereinander Wachstumsraten oberhalb von 7 Prozent vorweisen. In beiden Ländern legte der Handel im Berichtszeitraum nominal knapp zweistellig zu. In Indien ist diese Entwicklung allerdings zur Hälfte auf den Preisanstieg zurückzuführen, wenn gleich sich die Inflation zum Ende des Geschäftsjahres deutlich abschwächte. Japans Wirtschaft konnte, trotz Stützung durch eine expansive Geld- und Fiskalpolitik, ein weiteres Jahr kaum wachsen. Daher ging auch das Handelsgeschäft insgesamt leicht zurück.

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

	2015 ¹	2016 ²
Indien	7,2	7,3
China	6,9	6,5
Pakistan	4,2	4,8
Rumänien	3,8	4,1
Luxemburg	4,9	3,5
Slowakei	3,6	3,4
Spanien	3,2	3,1
Schweden	4,2	3,0
Polen	3,7	2,9
Bulgarien	3,0	2,7
Türkei	4,0	2,7
Serbien	0,7	2,4
Tschechien	4,6	2,3
Kroatien	1,6	2,1
Deutschland	1,7	1,8
Ungarn	2,9	1,6
Schweiz	0,8	1,5
Niederlande	2,0	1,3
Belgien	1,4	1,3
Österreich	1,0	1,3
Frankreich	1,2	1,2
Portugal	1,5	1,0
Italien	0,6	0,8
Japan	0,6	0,6
Moldawien	-0,5	0,5
Kasachstan	1,2	0,1
Ukraine	-9,9	-0,1
Griechenland	-0,2	-0,8
Russland	-3,7	-0,9

Quelle: Feri

¹Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2014/15 abweichen, da bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

²Prognose

METRO Cash & Carry: Branchenentwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel

METRO Cash & Carry ist bezogen auf den Umsatz der globale Marktführer im Selbstbedienungsgroßhandel. Die Vertriebslinie weist mit ihrer Präsenz in 25 Ländern und zusätzlich in 10 Ländern mit Classic Fine Foods (CFF) den höchsten Internationalisierungsgrad auf.

Im Geschäftsjahr 2015/16 lagen die Umsätze im Cash-and-Carry-Segment in Deutschland leicht unter dem Vorjahresniveau. Die Umsatzentwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel fiel etwas schwächer aus als im Lebensmitteleinzelhandel, der sich weiter positiv entwickelte. Die Lebensmittelpreise sind dabei mit etwas über 1 Prozent erneut nur unterdurchschnittlich angestiegen. Der Belieferungsgroßhandel konnte sein dynamisches Wachstum fortsetzen.

In Westeuropa verlief die Entwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel auch im Geschäftsjahr 2015/16 positiv und lag über dem Vorjahresniveau. Die leichte konjunkturelle Belebung bei gleichzeitig stagnierenden oder nur leicht ansteigenden Preisen wirkte sich positiv auf die Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel aus. Dies war insbesondere in Spanien und Portugal zu beobachten. In Spanien profitierten darüber hinaus die für das Horeca-Geschäft so wichtigen Branchen Tourismus und Gastronomie von einem Rekord bei den Urlauberszahlen, da andere Mittelmeerziele wie Nordafrika oder die Türkei wegen der angespannten politischen Lage gemieden wurden. Dementsprechend haben die großen Horeca-Länder Westeuropas zum Wachstum des Selbstbedienungsgroßhandels im Horeca-Cluster beigetragen. Die Entwicklung dieses Clusters wurde im Geschäftsjahr 2015/16 zusätzlich durch die positive Entwicklung des Selbstbedienungsgroßhandels in Japan und der Türkei gefördert.

Auch das Belieferungsgeschäft hat sich in Westeuropa stabil entwickelt.

In Osteuropa sind die Umsatzerlöse im Selbstbedienungsgroßhandel stärker als im Jahr zuvor gewachsen. Die Entwicklung zeigte weiterhin ein gemischtes Bild aufgrund der uneinheitlichen wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen. Die Länder in Zentraleuropa waren stabil und wiesen eine

positive Umsatzentwicklung auf. Dagegen war der Handel in der Ukraine und Russland nach wie vor von dem andauernden Konflikt und insgesamt weiter herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geprägt. Die Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel sind preisbedingt gewachsen, preisbereinigt wiesen sie aber weiterhin eine rückläufige Entwicklung auf. Der negative Trend ging jedoch in der zweiten Jahreshälfte 2016 zurück. Die Situation in der Ukraine hatte zwar auch einen negativen Einfluss auf die Gesamtentwicklung des Segments Trader, dieses konnte jedoch auch dank der soliden Entwicklung in Polen, Rumänien und Moldawien wachsende Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel verzeichnen. In Kasachstan als Importland wurde die Umsatzentwicklung sowohl im Selbstbedienungsgroßhandel als auch im Einzelhandel stark durch die Abwertung des kasachischen Tenge sowie durch die Verunsicherung der Verbraucher bezüglich der künftigen Entwicklung beeinträchtigt. Die Türkei wies ungeachtet der schwierigen politischen Situation ein nominal vergleichsweise starkes Wachstum im Selbstbedienungsgroßhandel auf, allerdings bei gleichzeitig hohen Lebensmittelpreissteigerungen. Die vermehrten Anschläge sowie die Entwicklungen im Zuge des versuchten Militärputschs hatten Auswirkungen auf Tourismus und Gastronomie, was im Jahresverlauf 2016 eine Abschwächung der Entwicklung zur Folge hatte.

In Asien setzte sich auch im Geschäftsjahr 2015/16 das Wachstum im Selbstbedienungsgroßhandel mit hoher Dynamik fort. Die Umsätze stiegen in dieser Region erneut am stärksten, auch wenn sich das Wirtschaftswachstum in China deutlich verlangsamt hat. Wesentliche Wachstumstreiber der Region waren Indien und Pakistan, wo die Erlöse sowohl nominal als auch real gestiegen sind. Die asiatische Landschaft der Lebensmittelversorgung ist von traditionellen Handelsstrukturen dominiert, die weiter hohes Wachstumspotenzial für das Cash-and-Carry-Segment bieten. Die darüber hinaus immer stärker wachsende Nachfrage nach Belieferungsservice im asiatischen Raum eröffnet weitere Chancen für den Lebensmittelgroßhandel.

Die asiatischen Länder haben am stärksten das Erlöswachstum im Segment Multispecialists geprägt. Dieses wurde allerdings sowohl durch die unterdurchschnittliche Entwicklung in den saturierten westeuropäischen Märkten Belgien und Niederlande als auch durch schwierige Rahmenbedingungen in Russland und Kasachstan etwas abgeschwächt.

Media-Saturn: Branchenentwicklung im Elektrofachhandel

Die Umsätze im deutschen Elektrofachhandel stagnierten im Geschäftsjahr 2015/16 (-0,4 Prozent). Wachstumsimpulse, beispielsweise durch Produktinnovationen, fehlten im Berichtszeitraum.

Verluste in einzelnen Marktsegmenten in Deutschland wie IT und Foto wurden vor allem durch ein robustes Wachstum im Bereich Elektrokleingeräte kompensiert. Auch der wichtige Teilmarkt Smartphones hat sich nach zwischenzeitlicher Schwäche um den Jahreswechsel 2015/16 herum wieder erholt und liegt über den gesamten Geschäftsjahreszeitraum betrachtet im Plus.

Beim Elektrofachhandel in Südeuropa zeigte Spanien ein positives Wachstum, das allerdings schwächer ausfiel als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Dagegen konnte Italien sein positives Wachstum weiter ausbauen,

Der osteuropäische Markt entwickelte sich sehr heterogen. Während Polen und Ungarn merkliche Wachstumsraten aufwiesen, verlor der russische Markt deutlich. Gründe hierfür sind die weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der im Durchschnitt des Geschäftsjahres 2015/16 niedrige Ölpreis. Die Türkei wuchs erneut im zweistelligen Bereich. Griechenland hat abermals den Wachstumspfad verlassen. Hierfür verantwortlich ist unter anderem der Wegfall der staatlichen Subventionen in den Bereichen IT und Telekommunikation.

Die Schweiz hat sich immer noch nicht von der Entkopplung des Frankens vom Euro erholt. Der Elektrofachhandel war 2015/16 weiterhin deutlich rückläufig.

Die eigentlich gesättigten Märkte Österreich, Belgien, Niederlande und Schweden verzeichneten allesamt stabile Zuwachsraten.

Die Media-Saturn-Unternehmensgruppe insgesamt konnte im Geschäftsjahr 2015/16 erneut Marktanteile hinzugewinnen. Sie steigerte ihren Gesamtmarktanteil über alle Länder hinweg von 13,2 Prozent auf 13,4 Prozent.

Real: Branchenentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Im Geschäftsjahr 2015/16 entwickelte sich der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland mit rund 2 Prozent ebenso positiv wie der gesamte Einzelhandel. Bei einem insgesamt nur leichten Anstieg der Lebensmittelpreise konnte der Lebensmitteleinzelhandel auch preisbedingt in der Größenordnung von 1 Prozent zulegen. Dabei wirkten sich die weiterhin guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und das überdurchschnittliche Wachstum des privaten Konsums auch positiv auf den Lebensmittelhandel aus. Gleichzeitig erhöhte die starke Zuwanderung auch noch einmal den Bedarf an Lebensmitteln.

Das höchste Wachstum konnten im Stationärgeschäft erneut die kleinen Verbrauchermärkte zwischen 1.000 und 2.500 Quadratmetern verbuchen. Die großen Verbrauchermärkte wuchsen in der Größenordnung des gesamten Lebensmitteleinzelhandels. Das E-Commerce-Geschäft spielt zwar im Lebensmittelhandel nach wie vor eine untergeordnete Rolle, weist aber weiter Zuwachsraten im zweistelligen Bereich auf.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

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

Das Geschäftsjahr 2015/16 war für die METRO GROUP vor allem durch die geopolitischen Ereignisse erneut herausfordernd. Dennoch blickt der Vorstand auf ein insgesamt erfolgreiches Jahr zurück. Die Transformation der METRO GROUP wurde weiter erfolgreich umgesetzt. Der Plan zur Aufteilung in zwei unabhängige, leistungsstarke Handelsgruppen ist in diesem Zusammenhang der nächste logische Schritt, um mehr Kundenorientierung, unternehmerisches Handeln und Wertzuwachs für unsere Aktionäre zu erreichen.

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

Finanz- und Vermögenslage

Finanzmanagement

Grundsätze und Ziele der Finanzaktivitäten

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

Durch den konzerninternen Finanzausgleich (Cash-Pooling) können diejenigen Konzernunternehmen, die am Cash-Pooling

teilnehmen, die Liquiditätsüberschüsse anderer Unternehmenseinheiten nutzen, um ihren Liquiditätsbedarf zu decken. Dies verringert das Fremdfinanzierungsvolumen und somit den Zinsaufwand. Grundlage für unsere Finanzaktivitäten ist die monatlich aktualisierte Konzernfinanzplanung, die alle wesentlichen Gesellschaften berücksichtigt. Zusätzlich erstellt die METRO AG eine auf 14 Tage ausgerichtete Liquiditätsplanung.

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

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

Bei sämtlichen Finanzaktivitäten gelten konzernweit die folgenden Grundsätze:

Finanzielle Einheit

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

Finanzieller Handlungsspielraum

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

Zentrales Risikomanagement

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

Zentrale Risikoüberwachung

Veränderte finanzwirtschaftliche Rahmenbedingungen, darunter beispielsweise Zinssatz- oder Devisenkursänderungen, können sich auf die Finanzierung der METRO GROUP auswirken. Die damit verbundenen Risiken quantifiziert die METRO AG regelmäßig in Szenarioanalysen. Offene Risikopositionen – wie

etwa der Abschluss von Finanztransaktionen ohne korrespondierendes Grundgeschäft – dürfen nur nach entsprechender Freigabe durch den Vorstand der METRO AG gehalten werden.

Ausschließlich zugelassene Vertragspartner

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

Freigabepflicht

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

Revisionsicherheit

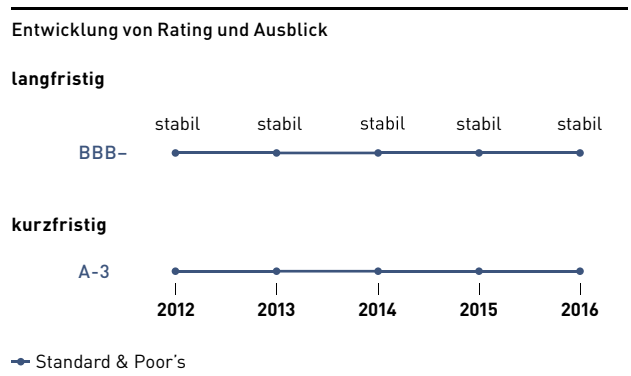
In unserem Unternehmen gilt generell das Vier-Augen-Prinzip. Abläufe und Verantwortlichkeiten sind in konzernweit geltenden Richtlinien festgelegt. Der Abschluss von Finanzgeschäften ist organisatorisch von Abwicklung und Kontrolle getrennt.

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

Ratings

Ratings bewerten die Fähigkeit eines Unternehmens, seinen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen. Sie dienen dem Nachweis der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens gegenüber potenziellen Fremdkapitalgebern. Ein Rating erleichtert zudem den Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten. Die METRO AG hat Standard & Poor's, eine der international führenden Ratingagenturen, beauftragt, die Kreditwürdigkeit der METRO GROUP kontinuierlich zu analysieren.

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



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

Kategorie	2016
Langfristig	BBB-
Kurzfristig	A-3
Ausblick	stabil

Mit diesen Ratings stehen der METRO GROUP alle Finanzmärkte offen.

Finanzierungsmaßnahmen

Die Deckung des mittel- bis langfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt über ein kapitalmarktfähiges Daueremissionsprogramm, das über ein maximales Volumen von 6 Mrd. € verfügt. Die am 25. Januar 2016 fällige Anleihe über 50 Mio. € mit einem Kupon von 3,1 Prozent und die am 1. Februar 2016 fällige Anleihe über 60 Mio. € mit einem Kupon von 3 Prozent wurden ebenso fristgerecht zurückgezahlt wie die am 2. Mai 2016 fällige Anleihe über 225 Mio. CHF mit einem Kupon von 1,875 Prozent. Des Weiteren wurden im September 2016 insgesamt 128 Mio. € einer am 22. Februar 2017 fälligen Anleihe über 750 Mio. € mit einem Kupon von 4,25 Prozent vorzeitig zurückgezahlt.

Das Daueremissionsprogramm wurde zum 30. September 2016 mit insgesamt 3,1 Mrd. € in Anspruch genommen.

Überdies wurden Schuldscheindarlehen in Höhe von 158 Mio. € am 21. Dezember 2015 und in Höhe von 134 Mio. € am 14. März 2016 fristgerecht zurückgezahlt. Im September 2016 wurden zudem anteilige Schuldscheindarlehen in Höhe von 55 Mio. € vorzeitig zurückgeführt.

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 334 Mio. € in Anspruch genommen. Zum 30. September 2016 wurden die Programme nicht genutzt (30.9.2015: 941 Mio. €).

Ferner wurden zum 30. September 2016 bilaterale Kreditlinien in Höhe von insgesamt 276 Mio. € genutzt. Darüber hinaus bestehen syndizierte Kreditlinien in Höhe von 2.525 Mio. €, die nicht in Anspruch genommen wurden.

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

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

Freie Kreditlinien der METRO GROUP

Mio. €	30.9.2015			30.9.2016		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	1.719	962	757	681	437	244
Inanspruchnahme	-1.189	-932	-257	-276	-132	-144
Freie bilaterale Kreditlinien	530	30	500	405	305	100
Syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Inanspruchnahme	0	0	0	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Kreditlinien gesamt	4.244	962	3.282	3.206	437	2.769
Inanspruchnahme gesamt	-1.189	-932	-257	-276	-132	-144
Freie Kreditlinien gesamt	3.055	30	3.025	2.930	305	2.625

Investitionen/Desinvestitionen

Im Geschäftsjahr 2015/16 hat die METRO GROUP 1.413 Mio. € investiert und liegt damit in etwa auf Vorjahresniveau. Während die Expansionsstätigkeit weiter reduziert wurde, hat man mit den Akquisitionen von Rungis Express und dem Reparatur- und Wartungsdienstleister RTS den Ausbau des Belieferungsgeschäfts weiter vorangetrieben beziehungsweise das Angebot von Media-Saturn um neue After-Sales-Services erweitert. Auch die Investitionen in Mietvertragsverlängerungen und Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen stiegen. In diesem Zusammenhang wurden unter anderem in den Media Markt und Saturn Filialen deutschlandweit digitale Preisschilder eingeführt und damit die Digitalisierung am Point of Sale vorangetrieben. Die reduzierte Expansionsstätigkeit zeigt sich insgesamt in der geringeren Anzahl von 55 Neueröffnungen gegenüber 58 Neueröffnungen im Vorjahreszeitraum.

Investitionen der METRO GROUP

Mio. €	2014/15	2015/16	Veränderung	
			absolut	%
METRO Cash & Carry	750	614	-136	-18,2
Media-Saturn	256	406	150	58,6
Real	241	260	20	8,1
Sonstige	165	133	-31	-19,0
METRO GROUP	1.411	1.413	2	0,1

METRO Cash & Carry hat im Geschäftsjahr 2015/16 614 Mio. € investiert. Die Investitionen liegen damit um 136 Mio. € unter dem Wert des Vorjahreszeitraums. Durch die Akquisition des führenden Premium-Lebensmittellieferanten Rungis Express im Geschäftsjahr 2015/16 wurde das Belieferungsgeschäft weiter ausgebaut. Der Investitionsrückgang ist im Wesentlichen auf die Akquisition der Classic Fine Foods Group im Geschäftsjahr 2014/15 zurückzuführen. Die Investitionen in Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen sind gestiegen, während die Investitionen in Expansion leicht zurückgegangen sind. Der Expansionsschwerpunkt lag weiterhin auf den Fokusbereichen Russland und China, in denen das bestehende Filialnetz um 5 beziehungsweise 4 neue METRO Cash & Carry Märkte erweitert wurde. Zusätzlich wurde auch die Expansion in Indien vorangetrieben, indem dort ebenfalls 5 neue METRO Cash & Carry Märkte eröffnet wurden. Daneben wurden in der

Türkei 3 neue Märkte, in Kroatien 2 neue Märkte und in Frankreich, Italien und Belgien wurde jeweils 1 neuer METRO Cash & Carry Standort eröffnet. In Polen wurden im Rahmen einer Portfoliooptimierung 11 Standorte geschlossen. In Deutschland, Kasachstan, Kroatien und Rumänien wurde je 1 Standort geschlossen. Des Weiteren wurden die 19 Standorte in Vietnam wie angekündigt veräußert.

Die Investitionen von **Media-Saturn** lagen im Geschäftsjahr 2015/16 mit 406 Mio. € um 150 Mio. € über den Investitionen im Vorjahreszeitraum. Der Anstieg resultiert insbesondere aus der deutschlandweiten Implementierung von Electronic Shelf Labels in den Filialen von Media Markt und Saturn sowie dem Erwerb von RTS. Gleichzeitig sind bei einer gleichbleibenden Expansionsgeschwindigkeit die Investitionen in Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen gestiegen. Im Berichtszeitraum wurden 33 (im Vorjahr 36) Märkte eröffnet und somit wurde eine selektive Expansion (inklusive neuer Kleinformaten) in ganz Europa vorangetrieben. In Osteuropa wurden 17 Elektrofachmärkte eröffnet: 8 in der Türkei, 5 in Polen, 2 in Russland und je 1 neuer Markt in Griechenland und Ungarn. In Westeuropa (ohne Deutschland) kamen 8 neue Standorte hinzu, davon 4 in Italien, 2 in Spanien und jeweils 1 neuer Markt in Österreich und der Schweiz. Zusätzlich wurden in Deutschland 8 Märkte eröffnet. Außerdem wurden im Geschäftsjahr 17 Standorte im Rahmen der Portfoliooptimierung geschlossen: 8 Standorte in Russland, 4 Standorte in der Türkei, 3 Standorte in Italien und je 1 Standort in Deutschland und Polen.

Real investierte im Geschäftsjahr 2015/16 260 Mio. € und somit 20 Mio. € mehr als im Vorjahreszeitraum. Die Investitionszunahme resultiert im Wesentlichen aus Mietvertragsverlängerungen, die einen Rückgang der Investitionen in Modernisierung und Konzeptumstellung überkompensieren. Letztere waren im Vorjahr vor allem durch den Umbau und die Modernisierung von deutschlandweit 57 Märkten geprägt. Wie geplant hat Real im Geschäftsjahr 2015/16 in Deutschland insgesamt 8 Märkte geschlossen.

Die Investitionen im Segment **Sonstige** beliefen sich im Geschäftsjahr 2015/16 auf 133 Mio. € (2014/15: 165 Mio. €). Die Investitionen entfielen primär auf Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen sowie immaterielle Vermögenswerte. Daneben werden auch die Investitionen der METRO GROUP in die Start-ups Orderbird und Shore in diesem Segment geführt

Neben den eingegangenen Verpflichtungen, die aus der Unterzeichnung des Kaufvertrags über Pro à Pro resultieren, belaufen sich die bereits eingegangenen Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagevermögen und immateriellen Vermögenswerten auf 149 Mio. €.

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

Aus Desinvestitionen (einschließlich Unternehmensveräußerungen sowie nicht fortgeführter Aktivitäten) sind der METRO GROUP Zahlungsmittel in Höhe von 1.080 Mio. € zugeflossen, die unter anderem aus dem Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam resultieren.

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

Liquidität (Kapitalflussrechnung)

Die Liquidität der METRO GROUP wird anhand der Kapitalflussrechnung ermittelt. In dieser wird der Zahlungsmittelfluss berechnet und dargestellt, den die METRO GROUP im Geschäftsjahr aus der betrieblichen Tätigkeit sowie der 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 Geschäftsjahr 2015/16 ein Mittelzufluss von 1.552 Mio. € (2014/15: +1.846 Mio. €) generiert. Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit ist ein Mittelabfluss von 4 Mio. € (2014/15: +785 Mio. €) zu verzeichnen. Daraus ergibt sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Reduktion des Cashflows vor Finanzierungstätigkeit um 1.083 Mio. € auf 1.548 Mio. €. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist einen Mittelabfluss von 3.584 Mio. € (2014/15: –597 Mio. €) auf.

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

Kapitalflussrechnung¹

Mio. €	2014/15	2015/16
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	1.595	1.569
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	251	-17
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	1.846	1.552
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	-1.187	-224
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	1.972	220
Cashflow aus Investitionstätigkeit	785	-4
Cashflow vor Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	408	1.345
Cashflow vor Finanzierungstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	2.223	203
Cashflow vor Finanzierungstätigkeit	2.631	1.548
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	-718	-3.584
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	121	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-597	-3.584
Summe der Cashflows	2.034	-2.036
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-25	-13
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.009	-2.049

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

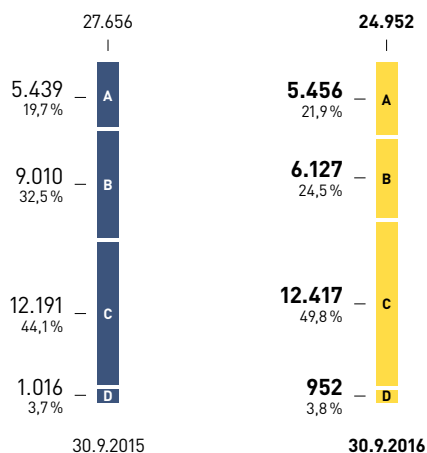
Kapitalstruktur

Kapitalstruktur der METRO GROUP

Mio. €

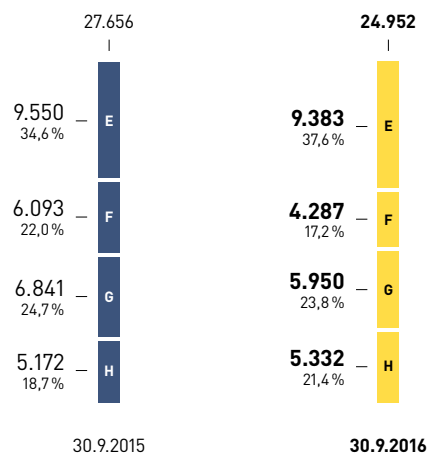
AKTIVA

- A** Vorräte (kurzfristig)
- B** Übrige kurzfristige Vermögenswerte
- C** Anlagevermögen
- D** Übrige langfristige Vermögenswerte



PASSIVA

- E** Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)
- F** Übriges Fremdkapital (kurzfristig)
- G** Fremdkapital (langfristig)
- H** Eigenkapital



Die Konzernbilanz der METRO GROUP weist zum 30. September 2016 ein Eigenkapital in Höhe von 5,3 Mrd. € auf (30.9.2015: 5,2 Mrd. €). Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus der Veränderung der Gewinnrücklagen. Diese sind seit dem 30. September 2015 um 141 Mio. € gestiegen. Positiv wirkte sich hier die Erhöhung der übrigen Gewinnrücklagen aus, die im Wesentlichen aus dem den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnenden Periodenergebnis resultiert. Effekte durch die Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen und die Gewinnausschüttung haben hingegen die Gewinnrücklagen gemindert.

Die Eigenkapitalquote beträgt 21,4 Prozent (30.9.2015: 18,7 Prozent). Der Anteil der Gewinnrücklagen am Eigenkapital liegt bei 36,3 Prozent gegenüber 34,7 Prozent zum 30. September 2015.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2015	30.9.2016
Eigenkapital	32	5.172	5.332
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.793	1.934
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		-7	12

Die Nettoverschuldung wurde um 0,2 Mrd. € weiter verringert und beträgt zum 30. September 2016 2,3 Mrd. € (30.9.2015: 2,5 Mrd. €). Sie wird ermittelt durch Saldierung der Finanzschulden inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen in Höhe von 4,8 Mrd. € (30.9.2015: 7,4 Mrd. €) mit den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten gemäß Bilanz in Höhe von 2,4 Mrd. € (30.9.2015: 4,4 Mrd. €) sowie den Geldanlagen in Höhe von 90 Mio. € (30.9.2015: 424 Mio. €). Im Berichtsjahr resultiert der Mittelabfluss bei den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie bei den kurzfristigen Geldanlagen im Wesentlichen aus der Verringerung der Finanzschulden (inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen), das heißt

aus der Rückzahlung von Anleihen, der Rückführung von Schuldscheindarlehen und der Verminderung von Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Zum 30. September 2015 waren die Positionen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie kurzfristige Geldanlagen durch den Mittelzufluss aus der Veräußerung der Galeria-Kaufhof-Gruppe in Deutschland und Belgien einschließlich der zugehörigen Immobilien geprägt.

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gemäß Bilanz	4.415	2.368
Kurzfristige Geldanlagen ¹	424	90
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnissen)	7.366	4.759
Nettoverschuldung	2.527	2.301

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

Die langfristigen Schulden betragen zum 30. September 2016 6,0 Mrd. € (30.9.2015: 6,8 Mrd. €). Die Verminderung um 0,8 Mrd. € ist im Wesentlichen auf den Rückgang von langfristigen Finanzschulden auf 3,8 Mrd. € (30.9.2015: 4,7 Mrd. €) zurückzuführen. Gegenläufig wirkte sich die Erhöhung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen um 144 Mio. € auf 1,4 Mrd. € (30.9.2015: 1,3 Mrd. €) aus. Der Grund hierfür ist im Wesentlichen der deutlich gesunkene Rechnungszins.

Zum 30. September 2016 hatte die METRO GROUP kurzfristige Schulden in Höhe von 13,7 Mrd. € (30.9.2015: 15,6 Mrd. €). Die Reduzierung lässt sich im Wesentlichen begründen mit dem Rückgang der kurzfristigen Finanzschulden um 1,7 Mrd. € (30.9.2016: 0,9 Mrd. €; 30.9.2015: 2,6 Mrd. €), bedingt durch die Rückzahlung von Anleihen, die Rückführung von anteiligen Schuldscheindarlehen sowie die Verringerung von Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Gegenüber dem 30. September 2015 ist die Fremdkapitalquote um 2,7 Prozentpunkte auf 78,6 Prozent gesunken. Der Anteil der kurzfristigen Schulden mit 69,7 Prozent am gesamten Fremdkapital ist nach 69,6 Prozent zum 30. September 2015 fast unverändert.

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

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2015	30.9.2016
Langfristige Schulden		6.841	5.950
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	33	1.270	1.414
Sonstige Rückstellungen	34	492	383
Finanzschulden	35, 37	4.731	3.812
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	206	191
Latente Steuerschulden	25	142	150
Kurzfristige Schulden		15.643	13.670
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	35, 36	9.550	9.383
Rückstellungen	34	628	705
Finanzschulden	35, 37	2.635	947
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	2.488	2.465
Ertragsteuerschulden	35	148	170
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	31	194	0

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

Vermögenslage

Im Geschäftsjahr 2015/16 verringerte sich die Bilanzsumme um 2.704 Mio. € auf 25,0 Mrd. € (30.9.2015: 27,7 Mrd. €).

Bei den langfristigen Vermögenswerten war im Geschäftsjahr 2015/16 ein geringer Anstieg von 0,2 Mrd. € auf 13,4 Mrd. € zu verzeichnen.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2015	30.9.2016
Langfristige Vermögenswerte		13.207	13.369
Geschäfts- oder Firmenwerte	19	3.301	3.361
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	20	464	497
Sachanlagen	21	7.955	8.141
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	22	170	126
Finanzanlagen	23	117	104
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	23	184	188
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	292	289
Latente Steueransprüche	25	724	663

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

Die kurzfristigen Vermögenswerte sanken um 2,9 Mrd. € auf 11,6 Mrd. €. Diese Verminderung resultiert im Wesentlichen aus den um 2 Mrd. € gesunkenen Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (30.9.2016: 2,4 Mrd. €; 30.9.2015: 4,4 Mrd. €), überwiegend aufgrund der im Vorjahr bilanzierten Mittelzuflüsse aus der Veräußerung der Galeria-Kaufhof-Gruppe, welche im Wesentlichen zur Rückführung von Finanzverbindlichkeiten genutzt wurden. Die sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerte sanken um 0,7 Mrd. € auf 2,7 Mrd. € (30.9.2015: 3,4 Mrd. €). Dies war im Wesentlichen die Folge von gesunkenen sonstigen finanziellen Vermögenswerten, insbesondere aufgrund gesunkener Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften (30.9.2016: 100 Mio. €; 30.9.2015: 479 Mio. €) und gegen die METRO Unterstützungskasse e. V. (30.9.2016: 6 Mio. €; 30.9.2015: 221 Mio. €).

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2015	30.9.2016
Kurzfristige Vermögenswerte		14.449	11.583
Vorräte	26	5.439	5.456
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27	702	808
Finanzanlagen	6		1
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	3.435	2.734
Ertragsteuererstattungsansprüche		202	216
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	30	4.415	2.368
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	31	250	0

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

Ertragslage

Geschäftsverlauf des Konzerns im Überblick

Der Umsatz der METRO GROUP stieg im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt um 0,2 Prozent. Dies ist insbesondere auf die positive Entwicklung bei METRO Cash & Carry zurückzuführen, während der Umsatz bei Real rückläufig war. Der berichtete Umsatz von 58,4 Mrd. € lag, bedingt durch negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte, um 1,4 Prozent unter dem Vorjahreswert. In lokaler Währung stieg der Umsatz jedoch um 0,4 Prozent.

Das EBIT vor Sonderfaktoren erreichte 1.560 Mio. € (2014/15: 1.511 Mio. €). Darin enthalten sind Erträge aus Immobilienveräußerungen in Höhe von 162 Mio. € (2014/15: 154 Mio. €) und Erträge aus der Ablösung von Pensionsverpflichtungen in Höhe von 42 Mio. €. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 70 Mio. € lag das EBIT vor Sonderfaktoren um 119 Mio. € über dem Vorjahreswert. Das berichtete Konzern-EBIT erreichte im Geschäftsjahr 2015/16 insgesamt 1.513 Mio. € und lag damit im Vergleich zum Vorjahr mehr als doppelt so hoch (2014/15: 711 Mio. €). Dieser starke Anstieg ist insbesondere auf nicht zahlungswirksame Geschäfts- oder Firmenwertabschreibungen bei Real im Vorjahr (446 Mio. €) und Erträge aus dem Verkauf der Aktivitäten in Vietnam im Berichtsjahr (446 Mio. €) zurückzuführen.

Vergleich der Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2015/16 hatte die METRO GROUP wechselkursbereinigt ein leichtes Gesamtumsatzwachstum prognostiziert. Mit einem Anstieg um 0,4 Prozent in lokaler Währung hat die METRO GROUP dieses Ziel erreicht.

Für das flächenbereinigte Umsatzwachstum (in lokaler Währung) war die METRO GROUP von einem leichten Anstieg ausgegangen. Mit einer Steigerung des flächenbereinigten Umsatzes um 0,2 Prozent wurde auch dieses Ziel erreicht.

EBIT

Beim EBIT vor Sonderfaktoren hatte die METRO GROUP wechselkursbereinigt eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2014/15 von 1.511 Mio. € inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen erwartet. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 70 Mio. € lag das EBIT der METRO GROUP um 119 Mio. € über dem Vorjahreswert. Somit hat die METRO GROUP die Prognose erfüllt.

Vertriebslinien

Bei den Vertriebslinien sollten sowohl METRO Cash & Carry als auch Media-Saturn zum währungsbereinigten Gesamt- sowie zum flächenbereinigten Umsatzwachstum beitragen. Dies wurde bereinigt um Wechselkurseffekte erreicht. In lokaler Währung stieg der Umsatz bei METRO Cash & Carry um 0,4 Prozent und flächenbereinigt um 0,6 Prozent. Bei Media-Saturn legte der Umsatz wechselkursbereinigt um

1,6 Prozent zu und flächenbereinigt um 0,1 Prozent. Auch Real sollte sich besser als im Vorjahr entwickeln, tatsächlich war der Umsatz jedoch rückläufig. Der Großteil des Umsatzrückgangs um 3,3 Prozent ist dabei auf Schließungen zurückzuführen, doch auch der flächenbereinigte Umsatz bei Real war um 1,1 Prozent (im Vorjahr 0,8 Prozent) rückläufig.

Zur EBIT-Steigerung sollten sowohl METRO Cash & Carry als auch Media-Saturn beitragen. Zwar war das Ergebnis vor Sonderfaktoren bei METRO Cash & Carry mit 1.043 Mio. € im Berichtsjahr leicht rückläufig (2014/15: 1.050 Mio. €), wobei hier bereits negative Wechselkurseffekte in Höhe von 65 Mio. € enthalten sind. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg das Ergebnis vor Sonderfaktoren bei METRO Cash & Carry aber spürbar. Auch Media-Saturn hat mit einem EBIT vor Sonderfaktoren in Höhe von 454 Mio. € den Vorjahreswert leicht übertroffen und damit die Prognose erfüllt. Bei Real wurde hinsichtlich der Prognose die Entwicklung von der erfolgreichen Umsetzung der eingeleiteten Maßnahmen abhängig gemacht. Tatsächlich haben sich die Maßnahmen sehr positiv im Ergebnis niederschlagen. Trotz eines Umsatzrückgangs stieg das EBIT vor Sonderfaktoren von 88 Mio. € auf 100 Mio. € an.

Umsatzentwicklung nach Regionen

In **Deutschland** stieg der Umsatz flächenbereinigt um 0,2 Prozent. Der berichtete Umsatz wuchs sogar um 0,6 Prozent auf 22,6 Mrd. €. Hierzu haben METRO Cash & Carry und vor allem Media-Saturn beigetragen. Bei Real war der Umsatz dagegen rückläufig, vor allem bedingt durch Standortschließungen.

Im **internationalen Geschäft** wuchs der flächenbereinigte Umsatz um 0,2 Prozent. In lokaler Währung stieg der internationale Umsatz leicht um 0,2 Prozent. Der berichtete Umsatz ging um 2,5 Prozent auf 35,8 Mrd. € zurück. Dies ist insbesondere auf Wechselkurseffekte, aber auch auf Standortabgaben und -schließungen zurückzuführen.

Der internationale Anteil am Gesamtumsatz lag bei 61,3 Prozent (2014/15: 62,0 Prozent).

In **Westeuropa (ohne Deutschland)** ging der Umsatz flächenbereinigt um 0,7 Prozent zurück. In lokaler Währung sank der Umsatz leicht um 0,2 Prozent. Der berichtete Umsatz verminderte sich ebenfalls um 0,2 Prozent auf 19,1 Mrd. €. Dies ist vor allem auf die rückläufige Entwicklung in Italien und der

Schweiz zurückzuführen. Dagegen hat sich der Umsatz in Spanien und Belgien sehr positiv entwickelt.

Der Umsatz in **Osteuropa** stieg flächenbereinigt um 0,8 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 1,2 Prozent. In Folge der negativen Wechselkursentwicklung sank der berichtete Umsatz jedoch um 6,4 Prozent auf 12,5 Mrd. €. Hier machten sich vor allem negative Wechselkurseffekte in Russland und Polen bemerkbar. Positiv entwickelte sich der Umsatz vor allem in Ungarn, der Türkei, Serbien und Bulgarien.

In **Asien** stieg der flächenbereinigte Umsatz um 2,4 Prozent. In lokaler Währung verminderte sich der Umsatz leicht um 0,8 Prozent. Der berichtete Umsatz ging um 1,2 Prozent zurück. Der Rückgang ist jedoch ausschließlich auf den Verkauf der Aktivitäten in Vietnam zurückzuführen, dessen Umsatz nur noch im ersten Quartal 2015/16 enthalten ist. Ohne Vietnam wäre der Umsatz in Asien deutlich um 8,9 Prozent gestiegen. Dies ist unter anderem auf die Akquisition von Classic Fine Foods sowie die sehr gute Umsatzentwicklung in Indien zurückzuführen.

Umsatzentwicklung im Konzern

nach Vertriebslinien und nach Regionen

			Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
	2014/15 Mio. €	2015/16 Mio. €	in Konzern- währung (€)	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten ¹	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
METRO Cash & Carry	29.690	28.999	-2,3	-2,7	0,4	0,6
Media-Saturn	21.737	21.869	0,6	-1,0	1,6	0,1
Real	7.735	7.478	-3,3	0,0	-3,3	-1,1
Sonstige	56	72	-	-	-	-
METRO GROUP	59.219	58.417	-1,4	-1,7	0,4	0,2
davon Deutschland	22.490	22.622	0,6	0,0	0,6	0,2
davon international	36.728	35.795	-2,5	-2,8	0,2	0,2
Westeuropa (ohne Deutschland)	19.090	19.054	-0,2	0,0	-0,2	-0,7
Osteuropa	13.318	12.472	-6,4	-7,6	1,2	0,8
Asien	4.319	4.269	-1,2	-0,4	-0,8	2,4

¹ Der Wechselkurseffekt errechnet sich aus dem Vergleich des berichteten Umsatzes des aktuellen Geschäftsjahres in Euro mit dem Umsatz der Vorperiode, umgerechnet zum Durchschnittskurs des aktuellen Geschäftsjahres

Die Überleitung vom berichteten Umsatz zum flächen- und währungsbereinigten Umsatz ist im Folgenden dargestellt:

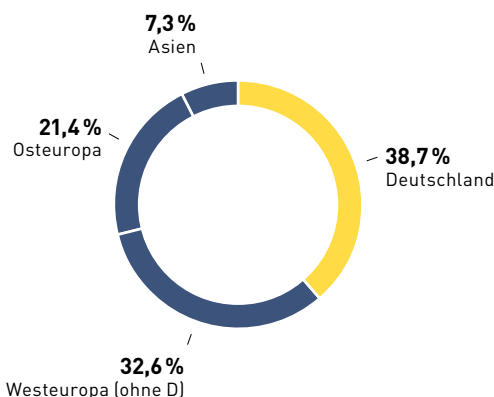
Mio. €	2014/15	2015/16
Umsatz gesamt in € (wie berichtet)	59.219	58.417
Umsatz gesamt währungsbereinigt ¹	58.209	58.417
Umsätze in Filialen, die 2015/16 nicht zum Like-for-Like-Panel gehörten ²	2.830	2.935
Umsatz flächen- und währungsbereinigt	55.379	55.482

¹ Der währungsbereinigte Umsatz des Vorjahres ermittelt sich durch Umrechnung des im Vorjahr berichteten Umsatzes zum Durchschnittskurs des aktuellen Geschäftsjahres

² Nicht zum Like-for-Like-Panel zählen u. a. Neueröffnungen, Anlauffilialen, Schließungen, Querschnittsgesellschaften und wesentliche Umbauten

Konzernumsatz METRO GROUP 2015/16

nach Regionen



Entwicklung des Konzern-EBIT und des EBIT der Vertriebslinien

Mio. €	EBIT ¹	
	2014/15	2015/16
METRO Cash & Carry	1.050	1.043
Media-Saturn	442	454
Real	88	100
Sonstige	-63	-33
Konsolidierung	-5	-5
METRO GROUP	1.511	1.560

¹ Vor Sonderfaktoren

Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Vertriebslinien

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry hat im Geschäftsjahr 2015/16 zur besseren Steuerung des Geschäfts das New Operating Model eingeführt. Die einzelnen METRO Cash & Carry Länder sind im Rahmen dieser Einführung in folgende Segmente aufgeteilt worden:

- Horeca: Fokus auf Hotels, Restaurants, Caterer
- Multispecialists: Fokus auf Horeca, Trader und SCO (Service Companies and Offices)
- Trader: Fokus auf unabhängige Wiederverkäufer wie zum Beispiel Kioskbetreiber, Bäcker, Metzger
- Sonstige: Trading Offices (Einkaufsbüros) und Länder, aus denen sich METRO Cash & Carry zurückgezogen hat

Beginnend mit dem ersten Quartal 2015/16 wurden Umsatz und Ergebnis von METRO Cash & Carry in dieser neuen Struktur berichtet. Die neuen Segmente ersetzen somit die bisherigen Berichtsregionen Deutschland, Westeuropa, Osteuropa und Asien. Zum Segment Horeca gehören Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Portugal, Spanien, Türkei sowie Classic Fine Foods. Multispecialists sind Österreich, Belgien, Bulgarien, China, Kroatien, Indien, Kasachstan, Niederlande, Pakistan, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn. In das Segment Trader fallen Moldawien, Polen, Rumänien und die Ukraine.

Der Umsatz von METRO Cash & Carry legte im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt um 0,6 Prozent zu. Dabei konnte der Umsatz in allen Quartalen gesteigert werden. Damit stieg der flächenbereinigte Umsatz seit nunmehr über drei Jahren in Folge in jedem Quartal. In lokaler Währung wuchs der Umsatz um 0,4 Prozent. Bedingt durch die Entwicklung der Wechselkurse – hauptsächlich des russischen Rubels – sowie durch Portfolioeffekte sank der berichtete Umsatz jedoch um 2,3 Prozent auf 29,0 Mrd. €.

Der Umsatz aus dem Belieferungsgeschäft entwickelte sich weiterhin sehr dynamisch und wuchs in lokaler Währung um 20,4 Prozent. Der berichtete Umsatz stieg um 17,9 Prozent auf 3,7 Mrd. € (2014/15: 3,1 Mrd. €). Hierzu trug auch die Akquisition von Classic Fine Foods bei. Der Anteil des Belieferungsgeschäfts am Gesamtumsatz verbesserte sich auf 12,8 Prozent (2014/15: 10,6 Prozent).

Der Umsatz im Segment **Horeca** wuchs im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt um 0,9 Prozent. In Deutschland lag der flächenbereinigte Umsatz knapp über dem Vorjahr, während er in Frankreich – auch durch die Effekte der Anschläge und Streiks – knapp unter dem Vorjahr lag. Dagegen konnten insbesondere die Türkei, Spanien und Italien zum flächenbereinigten Umsatzplus beitragen. In lokaler Währung wurde im Segment Horeca ein Zuwachs um 3,3 Prozent erreicht. Der berichtete Umsatz stieg um 2,6 Prozent.

Der Umsatz im Segment **Multispecialists** sank im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt leicht um 0,2 Prozent. Insbesondere Belgien und die Niederlande verzeichneten deutliche Umsatzrückgänge. Zwar war der flächenbereinigte Umsatz in Russland noch rückläufig, er zeigte aber im Jahresverlauf einen positiven Trend. In Indien legte der Umsatz dagegen deutlich zu. In lokaler Währung stieg der Umsatz im Segment Multispecialists jedoch um 1,2 Prozent. Der berichtete Umsatz sank dagegen wechsellkursbedingt um 3,4 Prozent.

Im Segment **Trader** stieg der Umsatz im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt um 2,6 Prozent. Bis auf Polen legte der flächenbereinigte Umsatz in allen Ländern zu. In lokaler Währung wuchs der Umsatz im Segment Trader um 1,5 Prozent. Der berichtete Umsatz sank jedoch währungsbedingt um 3,6 Prozent.

Der Anteil des internationalen Geschäfts am gesamten Umsatz von METRO Cash & Carry ging, bedingt durch Wechselkurseffekte, im Geschäftsjahr 2015/16 leicht von 84,0 Prozent auf 83,6 Prozent zurück.

Das **EBIT** von METRO Cash & Carry erreichte im Geschäftsjahr 2015/16 1.259 Mio. € (2014/15: 975 Mio. €). Darin enthalten sind positive Sonderfaktoren aus dem Verkauf der Aktivitäten in Vietnam (446 Mio. €) und Aufwendungen für Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen. Insgesamt ergibt sich aus den Sonderfaktoren ein positiver Saldo von 216 Mio. € (2014/15: Aufwand in Höhe von 75 Mio. €).

Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 1.043 Mio. € (2014/15: 1.050 Mio. €) und erreichte trotz der Belastung durch negative Wechselkurseffekte in Höhe von 65 Mio. € fast das Vorjahresniveau. Bereinigt um diese Effekte hat sich das Ergebnis vor Sonderfaktoren um 58 Mio. € verbessert.

METRO Cash & Carry war am 30. September 2016 in 25 Ländern mit 752 Standorten vertreten, davon 106 in Deutschland,

235 in Westeuropa (ohne Deutschland), 284 in Osteuropa und 127 in Asien. Darüber hinaus waren Classic Fine Foods und Rungis Express in weiteren Ländern aktiv. Insgesamt ist METRO Cash & Carry in 36 Ländern tätig.

Kennzahlen METRO Cash & Carry 2015/16

im Vorjahresvergleich

	2014/15 Mio. €	2015/16 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
			in Konzernwährung (€)	Wechselkurseffekte in Prozentpunkten ¹	in lokaler Währung	flächenbereinigt (lokale Währung)
Umsatz	29.690	28.999	-2,3	-2,7	0,4	0,6
Horeca	13.642	13.993	2,6	-0,7	3,3	0,9
Multi-specialists	12.496	12.065	-3,4	-4,6	1,2	-0,2
Trader	2.906	2.802	-3,6	-5,0	1,5	2,6
Sonstige	646	138	-	-	-	-
EBIT ²	1.050	1.043	-	-	-	-
EBIT-Marge (%) ³	3,5	3,6	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	764	752	-	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	5.468	5.380	-	-	-	-

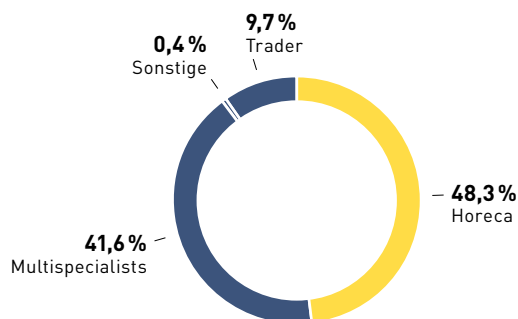
¹ Der Wechselkurseffekt errechnet sich aus dem Vergleich des berichteten Umsatzes des aktuellen Geschäftsjahres in Euro mit dem Umsatz der Vorperiode, umgerechnet zum Durchschnittskurs des aktuellen Geschäftsjahres

² Vor Sonderfaktoren

³ Vor Sonderfaktoren; die EBIT-Marge stellt das Verhältnis von EBIT zu Umsatz dar

Umsatz METRO Cash & Carry 2015/16

nach Segmenten



Media-Saturn

Der Umsatz von Media-Saturn erhöhte sich im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt um 0,1 Prozent. In lokaler Währung stieg der Umsatz um 1,6 Prozent und der berichtete Umsatz wuchs um 0,6 Prozent auf 21,9 Mrd. €.

Der Onlinehandel entwickelte sich weiterhin sehr dynamisch. Die beiden Marken Media Markt und Saturn konnten den über das Internet generierten Umsatz um rund 35 Prozent auf 1,6 Mrd. € steigern. Dagegen verlief das reine Onlinegeschäft ohne Verzahnung mit dem stationären Geschäft rückläufig, insbesondere aufgrund der Beendigung von ausgewähltem unprofitablem Großhandelsgeschäft bei Redcoon. Insgesamt stieg der über das Internet generierte Umsatz (inklusive Abholung durch die Kunden im Markt) um rund 11 Prozent auf 2,0 Mrd. €, womit der Internetanteil am Gesamtumsatz von Media-Saturn nunmehr fast 9 Prozent beträgt und damit einen neuen Höchstwert darstellt.

In **Deutschland** stieg der flächenbereinigte Umsatz um 1,2 Prozent. Der berichtete Umsatz wuchs um 3,3 Prozent auf 10,3 Mrd. €. Damit konnte Media-Saturn die Marktposition in Deutschland weiter ausbauen.

In **Westeuropa (ohne Deutschland)** ging der Umsatz flächenbereinigt um 1,0 Prozent zurück. Während der flächenbereinigte Umsatz insbesondere in der Schweiz und Italien rückläufig war, legte er in Spanien und den Niederlanden zu. Der Umsatz in lokaler Währung verbesserte sich um 0,4 Prozent. Der berichtete Umsatz wuchs ebenfalls um 0,4 Prozent auf 8,9 Mrd. €.

In **Osteuropa** ging der Umsatz flächenbereinigt leicht um 0,6 Prozent zurück. Hierfür ist insbesondere das Geschäft in Russland und Polen verantwortlich. Dagegen stieg der Umsatz in der Türkei und in Ungarn. In lokaler Währung sank der Umsatz in Osteuropa um 0,9 Prozent. Der berichtete Umsatz verlor vor allem durch negative Wechselkurseffekte 8,1 Prozent.

Der internationale Umsatzanteil sank im Geschäftsjahr 2015/16 von 53,9 Prozent auf 52,7 Prozent.

Das EBIT von Media-Saturn sank im Geschäftsjahr 2015/16 auf 300 Mio. € (2014/15: 336 Mio. €). Darin sind höhere Sonderfaktoren von 154 Mio. € (2014/15: 107 Mio. €) enthalten. Hierbei handelt es sich um zahlreiche Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen. Vor Sonderfaktoren stieg das EBIT von 442 Mio. € auf 454 Mio. €.

Am 30. September 2016 umfasste das Standortnetz von Media-Saturn 1.023 Elektrofachmärkte in 15 Ländern, davon 424 in Deutschland, 377 in Westeuropa (ohne Deutschland) und 222 in Osteuropa.

Kennzahlen Media-Saturn 2015/16

im Vorjahresvergleich

	2014/15 Mio. €	2015/16 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
			in Konzern- währung (€)	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten ¹	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	21.737	21.869	0,6	-1,0	1,6	0,1
Deutschland	10.016	10.344	3,3	0,0	3,3	1,2
Westeuropa (ohne Deutschland)	8.843	8.881	0,4	0,0	0,4	-1,0
Osteuropa	2.878	2.644	-8,1	-7,2	-0,9	-0,6
EBIT ²	442	454	-	-	-	-
EBIT-Marge [%] ³	2,0	2,1	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	1.007	1.023	-	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	3.034	2.976	-	-	-	-

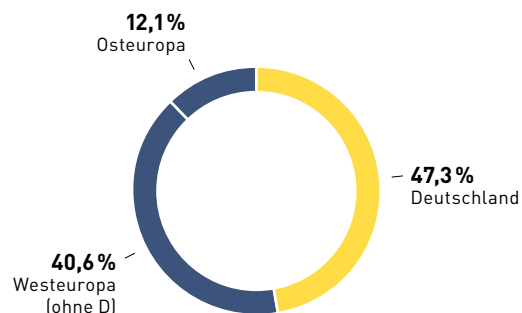
¹Der Wechselkurseffekt errechnet sich aus dem Vergleich des berichteten Umsatzes des aktuellen Geschäftsjahres in Euro mit dem Umsatz der Vorperiode, umgerechnet zum Durchschnittskurs des aktuellen Geschäftsjahres

²Vor Sonderfaktoren

³Vor Sonderfaktoren; die EBIT-Marge stellt das Verhältnis von EBIT zu Umsatz dar

Umsatz Media-Saturn 2015/16

nach Regionen



Real

Der **Umsatz** von Real ging im Geschäftsjahr 2015/16 flächenbereinigt um 1,1 Prozent zurück. Der berichtete Umsatz sank vor allem infolge von Standortschließungen um 3,3 Prozent auf 7,5 Mrd. €. Nach wie vor ist das Wettbewerbsumfeld im deutschen Lebensmittelhandel sehr angespannt und deflationäre Entwicklungen bei zahlreichen Produktgruppen belasteten die Umsatzentwicklung.

Anfang Juni 2016 hat sich Real auf die Eckpunkte für eine Lösung in den Tarifverhandlungen geeinigt und damit eine Basis für die Zukunft geschaffen.

Sehr positiv entwickelte sich weiterhin der Onlineumsatz. Er stieg im Geschäftsjahr 2015/16 wieder sehr deutlich um fast 50 Prozent auf 68 Mio. €.

Das **EBIT** von Real erreichte im Geschäftsjahr 2015/16 103 Mio. € (2014/15: -441 Mio. €). Im Vorjahr waren im Ergebnis noch Sonderfaktoren vor allem für nicht zahlungswirksame Geschäfts- oder Firmenwertabschreibungen sowie Standortschließungen enthalten.

Vor Sonderfaktoren stieg das EBIT von 88 Mio. € auf 100 Mio. €. Diese Verbesserung konnte trotz des Umsatzrückgangs erzielt werden und resultierte unter anderem aus besseren Einkaufskonditionen, dem erfolgreichen Abschluss der Tarifverhandlungen und Schließungen von defizitären Standorten.

Im Geschäftsjahr 2015/16 verringerte sich das Standortnetz von Real in Deutschland um 8 auf nunmehr 285 Standorte.

Kennzahlen Real 2015/16

im Vorjahresvergleich

	2014/15 Mio. €	2015/16 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
			in Konzern- währung (€)	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	7.735	7.478	-3,3	0,0	-3,3	-1,1
Deutschland	7.735	7.478	-3,3	0,0	-3,3	-1,1
EBIT ¹	88	100	-	-	-	-
EBIT-Marge (%) ²	1,1	1,3	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	293	285	-	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	2.031	1.967	-	-	-	-

¹Vor Sonderfaktoren

²Vor Sonderfaktoren; die EBIT-Marge stellt das Verhältnis von EBIT zu Umsatz dar

Sonstige

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

Der **Umsatz** im Segment Sonstige erreichte im Geschäftsjahr 2015/16 insgesamt 72 Mio. € (2014/15: 56 Mio. €). Der Umsatz enthält unter anderem Provisionen für das Geschäft mit Dritten über die Einkaufsorganisation der METRO GROUP in Hongkong sowie seit dem 1. Oktober 2014 die 4 Real-Standorte in Rumänien.

Das **EBIT** lag im Geschäftsjahr 2015/16 bei -145 Mio. € (2014/15: -152 Mio. €). Die Sonderfaktoren betragen 113 Mio. € (2014/15: 89 Mio. €) und betreffen insbesondere Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit der Vorbereitung der Aufteilung der METRO GROUP sowie Restrukturierungen in der METRO AG und im Logistikbereich. Das EBIT vor Sonderfaktoren erreichte -33 Mio. € (2014/15: -63 Mio. €). In diesem Ergebnis sind außer Immobilienerträgen auch Erträge aus der Ablösung von Pensionsverpflichtungen in Höhe von 35 Mio. € enthalten.

Nicht fortgeführte Aktivitäten

Im Geschäftsjahr 2015/16 führen nachlaufende Effekte aus dem Verkauf des Warenhausgeschäfts im Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten zu einem Ertrag von 49 Mio. €. Dieser setzt sich zusammen aus einem Ertrag aus der Auflösung von Rückstellungen für Risiken aus dem Verkauf des Warenhausgeschäfts und einem Ertrag aus der Veräußerung von Minderheitsanteilen an einigen Immobiliengesellschaften der Warenhausgruppe an deren Erwerber.

Finanzergebnis und Steuern

Mio. €	2014/15	2015/16
Betriebliches Ergebnis EBIT	711	1.513
Ergebnisanteil aus nicht operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	2	3
Sonstiges Beteiligungsergebnis	0	-4
Zinsertrag/-aufwand (Zinsergebnis)	-282	-221
Übriges Finanzergebnis	-172	-124
Finanzergebnis	-452	-346
Ergebnis vor Steuern EBT	259	1.167
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-480	-559
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	-221	608
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	935	49
Periodenergebnis	714	657

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis setzt sich im Wesentlichen aus dem Zinsergebnis in Höhe von -221 Mio. € (2014/15: -282 Mio. €) und dem übrigen Finanzergebnis in Höhe von -124 Mio. € (2014/15: -172 Mio. €) zusammen. Das Zinsergebnis verbesserte sich insbesondere durch das geringere Zinsniveau, die rückläufige Verschuldung sowie periodenfremde Zinserträge aus Steuererstattungen. Die positive Veränderung des übrigen Finanzergebnisses um 48 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus im Vergleich zum Vorjahr geringeren negativen Wechselkurseffekten vornehmlich in Russland und Kasachstan.

Weitere Angaben zum Finanzergebnis finden sich im Anhang unter den Nummern 6 bis 9 Ergebnisanteil aus operativen / nicht operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen, Sonstiges Beteiligungsergebnis, Zinsertrag/ Zinsaufwand und Übriges Finanzergebnis.

Steuern

Der ausgewiesene Ertragsteueraufwand von 559 Mio. € (2014/15: 480 Mio. €) liegt um 79 Mio. € über dem Vorjahresniveau und entfällt im Wesentlichen auf die latenten Steuern.

Mio. €	2014/15	2015/16
Tatsächliche Steuern	444	449
davon Deutschland	(118)	(151)
davon international	(326)	(298)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(454)	(488)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(-10)	(-39)
Latente Steuern	36	110
davon Deutschland	(34)	(55)
davon international	(2)	(55)
	480	559

Im Berichtszeitraum beträgt die Konzernsteuerquote aus fortgeführten Aktivitäten 47,9 Prozent (2014/15: 185,5 Prozent). Die hohe Konzernsteuerquote des Vorjahres ist im Wesentlichen auf die Entkonsolidierung des Warenhausgeschäfts zurückzuführen. Vor Sonderfaktoren liegt die Quote bei 41,5 Prozent (2014/15: 48,6 Prozent). Die Konzernsteuerquote bildet das Verhältnis zwischen dem ausgewiesenen Ertragsteueraufwand und dem Vorsteuerergebnis ab. Unter Einbeziehung der nicht fortgeführten Aktivitäten ergibt sich aus Gesamtkonzernsicht eine Steuerquote von 46,0 Prozent (2014/15: 42,0 Prozent). Vor Sonderfaktoren beträgt die Steuerquote unter Einbeziehung der nicht fortgeführten Aktivitäten aus Gesamtkonzernsicht 41,5 Prozent (2014/15: 43,7 Prozent).

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

Periodenergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Periodenergebnis erreichte im Geschäftsjahr 2015/16 657 Mio. € und lag damit um 57 Mio. € niedriger als im Vorjahreszeitraum (2014/15: 714 Mio. €). Das Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten stieg hingegen um 829 Mio. € (2015/16: 608 Mio. €; 2014/15: -221 Mio. €).

Nach Abzug der Anteile nicht beherrschender Gesellschafter verbleibt ein auf die Aktionäre der METRO AG entfallendes Periodenergebnis von 599 Mio. € (2014/15: 672 Mio. €). Dies entspricht einer Verringerung um 73 Mio. €.

Die METRO GROUP erzielte im Geschäftsjahr 2015/16 ein Ergebnis je Aktie von 1,83 € (2014/15: 2,06 €). Der Berechnung war im Berichtszeitraum unverändert eine gewichtete Anzahl von 326.787.529 Aktien zugrunde zu legen. Auf diese Aktienanzahl wurde das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis von 599 Mio. € verteilt. Ein Verwässerungseffekt aus sogenannten potenziellen Aktien war weder im Geschäftsjahr 2015/16 noch im Vorjahr gegeben.

Das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren liegt mit 1,96 € um 0,05 € über dem Vorjahreswert (2014/15: 1,91 €). Dieses Ergebnis bildet die Basis für den Dividendenvorschlag.

	2014/15	2015/16	Veränderung	
			absolut	%
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. € -221	608	829	-
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	Mio. € 935	49	886	-
Periodenergebnis	Mio. € 714	657	-57	-8,0
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	Mio. € 42	58	16	39,7
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. € 42	58	16	39,7
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	Mio. € 0	0	0	-
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	Mio. € 672	599	-73	-11,0
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. € -263	550	813	-
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	Mio. € 935	49	-886	-
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ¹	€ 2,06	1,83	-0,23	-11,0
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€ -0,80	1,68	2,48	-
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€ 2,86	0,15	-2,71	-
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren ¹	€ 1,91	1,96	0,05	2,4
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€ 1,48	1,96	0,48	31,8
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€ 0,43	0,00	-0,43	-

¹ 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 wertorientierte Kennzahlen ein, die auf operativen Steuerungsgrößen aufbauen. Die METRO GROUP konzentriert sich dabei auf Ergebniskennzahlen unter Berücksichtigung von Kapitalkosten, wie zum Beispiel das EBITaC. Ein positiver Wertbeitrag ist entsprechend der Konzeption des EBITaC dann erreicht, wenn das Ergebnis vor Zinsen und Steuern über den Kapitalkosten liegt, die für die Finanzierung des durchschnittlich gebundenen Geschäftsvermögens erforderlich sind.

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

¹ Sonderfaktoren grundsätzlich über vier Jahre periodisiert

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

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

Die Verwendung wertorientierter Kennzahlen ermöglicht generell, sich auf die wesentlichen und vom Management beeinflussbaren Treiber des operativen Geschäfts zu konzentrieren: wertsteigerndes Wachstum, Steigerung der operativen Ertragskraft und Optimierung der Kapitalbindung. Wertsteigerndes Wachstum erreichen wir durch unsere Strategie, uns in den bestehenden Märkten auf Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche zu konzentrieren, das stationäre Geschäft durch neue Absatzkanäle wie Onlinehandel und Belieferungsservice gezielt zu ergänzen sowie die Expansion in ausgewählten Ländern zu beschleunigen. Dabei hat sich die METRO GROUP im abgelaufenen Geschäftsjahr auch gezielt über Zukäufe im Belieferungsgeschäft gestärkt. Ferner wurde über den Ausbau von digitalen Lösungen der Kundennutzen erhöht. Im Bereich der Elektronikmärkte liegt der Fokus ebenfalls auf der Expansion mit an lokalen Kundenbedürfnissen ausgerichteten Formaten. In allen Fällen steht der Kunde im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Ergänzend verfolgen wir weiterhin Maßnahmen zur Sicherung der Effizienz im operativen und administrativen Bereich und treiben die Optimierung des Kapitaleinsatzes voran.

Letzteres erreichen wir beispielsweise durch das Angebot maßgeschneiderter Lösungen für unsere Zielkundengruppen Horeca, Trader und SCO. In diesem Kontext spielt unter anderem ein kundenorientiertes Warengruppenmanagement, das sich an den konkreten Bedürfnissen hinsichtlich Sortiment, Preisgruppen, Verpackung und Vermarktung orientiert, eine wichtige Rolle.

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

Der Kapitalkostensatz wird auf Basis von Kapitalmarktmodellen abgeleitet. Er stellt eine Maßgröße für die von den Kapitalgebern geforderte Mindestrendite auf das eingesetzte Kapital dar. Dabei spiegelt er die gesamten Kosten des eingesetzten Kapitals wider und setzt sich demnach aus dem Eigen- und dem Fremdkapitalkostensatz zusammen. Im Geschäftsjahr 2015/16 lag der Kapitalkostensatz der METRO GROUP vor Steuern bei 8,0 Prozent. Dieser ergibt sich grundsätzlich aus einer Aggregation der segmentspezifischen Kapitalkostensätze.

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

Mio. €	2014/15 ¹	2015/16	Delta
EBIT vor Sonderfaktoren	1.511	1.560	49
EBIT nach Periodisierung von Sonderfaktoren ²	1.125	1.163	38
Geschäftsvermögen	10.763	10.992	229
Vorsteuer-WACC	8,0 %	8,0 %	
Kapitalkosten	-856	-874	-18
EBITaC	269	289	20

¹Vorjahr vergleichbar gerechnet

²Wirkung der Sonderfaktoren über vier Jahre verteilt

Im abgeschlossenen Geschäftsjahr lag das EBIT 2015/16 nach Periodisierung der Sonderfaktoren aus den Vorjahren (2012/13: 297 Mio. €; 2013/14: 454 Mio. €; 2014/15: 343 Mio. €) sowie

nach Berücksichtigung der periodisierten Einmalaufwendungen aus dem Jahr 2015/16 in Höhe von 493 Mio. € bei 1.163 Mio. €. Hierbei wurden im aktuellen Jahr die Sonderfaktoren aus dem Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam und nachlaufende Erträge aus dem Verkauf von Galeria Kaufhof im Vorjahr bereinigt. Bei einem durchschnittlichen Geschäftsvermögen in Höhe von 10.992 Mio. € betragen die Kapitalkosten 874 Mio. €. Um eine bessere Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden für die Berechnung des Geschäftsvermögens der Vergleichsperiode die im Laufe des Geschäftsjahres 2014/15 vorgenommenen Firmenwertabschreibungen in sämtlichen Quartalen berücksichtigt. In einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld setzte die METRO GROUP im Jahr 2015/16 ihr Geschäftsvermögen erfolgreich ein und erzielte einen positiven Wertbeitrag in Höhe von 289 Mio. €.

Als zusätzliche Kennzahl wird zur besseren Vergleichbarkeit der einzelnen Segmente die Renditekennzahl Return on Capital Employed (RoCE) herangezogen. Der RoCE misst die in der betrachteten Periode erzielte Rendite auf das eingesetzte Geschäftsvermögen. Für diesen Vergleich der Segmente beinhaltet das Geschäftsvermögen über die oben dargestellten Positionen hinaus Mietbarwerte, um den unterschiedlichen Eigentumsverhältnissen das Immobilienvermögen betreffend 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. Entsprechend der Vorgehensweise beim Geschäftsvermögen wird auch das EBIT mit Blick auf Finanzierungs-komponente in den Mieten angepasst.

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

¹ EBIT vor Sonderfaktoren

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

Im Rahmen der weiteren Ausrichtung des Konzerns auf wertschöpfendes Wachstum wurden im Geschäftsjahr 2015/16 sogenannte Wertschöpfungspläne als Schlüsselinstrument implementiert. Sie stellen einen langfristig verbindlichen Bezugspunkt für das Management im Hinblick auf die Strategie, wesentliche Werttreiber und daraus abgeleitete Finanzziele auf Einzelländerebene dar und dienen auch als Anknüpfungspunkt im Rahmen des Vergütungssystems.

Sonderfaktoren¹

Sonderfaktoren

nach Vertriebslinien

Mio. €	2014/15 wie berichtet	2015/16 wie berichtet	2014/15 Sonder- faktoren	2015/16 Sonder- faktoren	2014/15 vor Sonder- faktoren	2015/16 vor Sonder- faktoren
EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten	2.177	2.530	281	-21	2.458	2.509
davon METRO Cash & Carry	1.424	1.693	33	-230	1.457	1.463
Media-Saturn	595	607	90	100	685	708
Real	142	250	80	-3	222	247
Sonstige	25	-12	77	113	103	100
Konsolidierung	-10	-9	1	0	-9	-9
EBITDA aus nicht fortgeführten Aktivitäten	1.103	36	-840	-36	263	0
davon Veräußerungsergebnis Galeria Kaufhof	841	36	-841	-36	0	0
EBIT aus fortgeführten Aktivitäten	711	1.513	800	47	1.511	1.560
davon METRO Cash & Carry	975	1.259	75	-216	1.050	1.043
Media-Saturn	336	300	107	154	442	454
Real	-441	103	529	-3	88	100
Sonstige	-152	-145	89	113	-63	-33
Konsolidierung	-6	-5	1	0	-5	-5
EBIT aus nicht fortgeführten Aktivitäten	1.015	36	-840	-36	175	0
davon Veräußerungsergebnis Galeria Kaufhof	841	36	-841	-36	0	0
Finanzergebnis ²	-452	-346	8	27	-444	-318
EBT²	259	1.167	808	74	1.067	1.242
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag ²	-480	-559	-38	45	-518	-515
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	-221	608	770	119	549	727
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	935	49	-796	-49	139	0
Periodenergebnis	714	657	-26	70	688	727
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	42	58	21	30	63	88
davon aus fortgeführten Aktivitäten	42	58	21	30	63	88
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0	0	0	0	0
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	672	599	-47	40	625	639
davon aus fortgeführten Aktivitäten	-263	550	749	89	486	639
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	935	49	-796	-49	139	0
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	2,06	1,83	-0,15	0,13	1,91	1,96
davon aus fortgeführten Aktivitäten	-0,80	1,68	2,28	0,28	1,48	1,96
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	2,86	0,15	-2,43	-0,15	0,43	0,00

¹ Erläuterungen zu Sonderfaktoren finden sich in den Grundlagen des Konzerns – Steuerungssystem

² Aus fortgeführten Aktivitäten

Mio. €	Sonderfaktoren						vor Sonderfaktoren
	wie berichtet	Portfoliomaßnahmen	Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen	Risikovorsorgen inklusive Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	übrige Sonderfaktoren		
EBITDA	2.177	-25	237	14	56	2.458	
EBIT	711	-23	285	472	66	1.511	
Finanzergebnis	-452	8	-	-	-	-444	
EBT	259	-15	285	472	66	1.067	
Steueraufwand	-480	2	-26	-	-15	-518	
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	-221	-13	259	472	51	549	
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	935	-796	-	-	-	139	
Periodenergebnis	714	-809	259	472	51	688	
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	42	-	21	-	-	63	
davon aus fortgeführten Aktivitäten	42	-	21	-	-	63	
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	-	-	-	-	0	
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	672	-809	238	472	51	625	
davon aus fortgeführten Aktivitäten	-263	-13	238	472	51	486	
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	935	-796	-	-	-	139	

Mio. €	Sonderfaktoren						vor Sonderfaktoren
	wie berichtet	Portfoliomaßnahmen	Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen	Risikovorsorgen inklusive Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	übrige Sonderfaktoren		
EBITDA	2.530	-443	340	-	82	2.509	
EBIT	1.513	-442	408	-	82	1.560	
Finanzergebnis	-346	27	-	-	-	-318	
EBT	1.167	-415	408	-	82	1.242	
Steueraufwand	-559	78	-31	-	-3	-515	
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	608	-337	377	-	79	727	
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	49	-49	-	-	-	0	
Periodenergebnis	657	-386	377	-	79	727	
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	58	-	30	-	-	88	
davon aus fortgeführten Aktivitäten	58	-	30	-	-	88	
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	-	-	-	-	0	
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	599	-386	347	-	79	639	
davon aus fortgeführten Aktivitäten	550	-337	347	-	79	639	
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	49	-49	-	-	-	0	

– NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

Nachtragsbericht

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2016) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (22. November 2016) ist folgender Sachverhalt eingetreten, der für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung ist:

Real hat Mitte Oktober 2016 Details zur strategischen Neuausrichtung bekannt gegeben. In diesem Zusammenhang erfolgt eine Reorganisation und Restrukturierung der Verwaltungsbereiche. Dazu werden die Zentralfunktionen in absehbarer Zeit am Standort Düsseldorf zusammengelegt. Im Zuge der Reorganisation werden in einem Zeitraum von 18 Monaten bis zu 500 Vollzeitstellen abgebaut. Real rechnet mit Restrukturierungskosten in mittlerer zweistelliger Millionenhöhe. Aus der Einführung des neuen Hybrid-Store-Konzepts, die auch mit einer deutlichen Erhöhung der Servicequalität einhergeht, wird erwartet, dass in den nächsten fünf Jahren bis zu 3.000 neue Arbeitsplätze entstehen.

Prognosebericht

Der Prognosebericht der METRO GROUP berücksichtigt relevante Fakten und Ereignisse, die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses bekannt waren und die zukünftige Geschäftsentwicklung beeinflussen können. Der Prognosebericht zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen basiert auf der Auswertung von Primärdaten zur Früherkennung. Ihm liegt außerdem die Analyse einer Vielzahl von Quellen nationaler und internationaler Wirtschaftsforschungsinstitute und Organisationen zugrunde. Hauptquellen für die Prognosen sind im Wesentlichen Consensus Economics, Feri Trust sowie die Economist Intelligence Unit (EIU). Die im Folgenden getroffenen Aussagen spiegeln ein mittleres Erwartungsszenario wider.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2016/17

Die Weltwirtschaft hat sich im Geschäftsjahr 2015/16 noch einmal weiter abgeschwächt. Dabei verlief die Entwicklung erneut uneinheitlich. Während West- und Zentraleuropa gestützt durch weiterhin expansiv ausgerichtete geldpolitische Maßnahmen insgesamt ein solides Wachstum aufwiesen, fiel die Entwicklung in den osteuropäischen und asiatischen Schwellenländern insgesamt verhaltener aus. Alles in allem lag das Weltwirtschaftswachstum 2016 mit etwas über 2 Prozent leicht unterhalb des Vorjahreswerts von 2,5 Prozent.

Insgesamt gehen wir davon aus, dass die Weltwirtschaft die Phase der unterdurchschnittlichen Wirtschaftsentwicklung auch im Geschäftsjahr 2016/17 fortsetzen wird. Dabei ist für die reiferen Märkte in Westeuropa von soliden Wachstumsraten aus eine leichte Wachstumsabschwächung zu erwarten. Wesentlicher Grund dafür ist der bevorstehende Austritt des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union. Während sich dadurch insbesondere die Wachstumsaussichten im Vereinigten Königreich stark eintrüben, werden die Folgen für die EU-Mitgliedstaaten voraussichtlich überschaubar bleiben. Gleichzeitig stützt das weiter bestehende Niedrigzinsumfeld das Wachstum auch im laufenden Geschäftsjahr. Zudem sinkt die Arbeitslosigkeit in den meisten westeuropäischen Ländern kontinuierlich und begünstigt damit die private Nachfrage.

Für die USA erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016/17 wieder ein höheres Wirtschaftswachstum oberhalb von 2 Prozent, nach einem insgesamt schwachen Vorjahr – trotz Verbesserung im Jahresverlauf. Die konkreten Auswirkungen der US-Wahl sind zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur schwer abzusehen.

Auch in vielen Schwellenländern ist wieder mit einer allmählichen Verbesserung der konjunkturellen Lage zu rechnen, ausgehend von einer unterdurchschnittlichen Entwicklung in den beiden vergangenen Jahren. Dies ist allerdings auch abhängig davon, inwieweit die USA die Leitzinsen anheben und damit die Geldströme weg von den Schwellenländern lenken werden. Eine Anhebung würde aber sicherlich nur sehr langsam und in kleinen Schritten erfolgen. Insgesamt bleibt die Geldpolitik weltweit tendenziell weiter expansiv ausgerichtet. Insbesondere im europäischen Währungsraum sind 2016/17 keine Leitzinserhöhungen zu erwarten.

In China bleibt trotz kurzfristiger Stabilisierung mittelfristig das Risiko eines stärkeren wirtschaftlichen Rückgangs aufgrund nach wie vor gegebener Ungleichgewichte bestehen. Für das Geschäftsjahr 2016/17 ist aber voraussichtlich nur mit einer weiteren leichten Wachstumsabschwächung von hohem Niveau aus zu rechnen, da die chinesische Regierung die Wirtschaft nach wie vor durch fiskal- und geldpolitische Eingriffe stützt.

In Russland wurde Ende des Geschäftsjahres 2015/16 nach zwei schwierigen Jahren mit einem starken wirtschaftlichen Rückgang vermutlich der Boden erreicht. Auch wenn die Rahmenbedingungen trotz des sich insgesamt leicht stabilisierenden Ölpreises schwierig bleiben, erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016/17 insgesamt wieder ein verhaltenes Wachstum.

Nach anhaltend niedrigen Inflationsraten und zeitweise deflationären Tendenzen im Geschäftsjahr 2015/16, insbesondere in West- und Zentraleuropa, erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016/17 eine leicht ansteigende Inflation. Dabei kehrt sich die über zwei Jahre lang dämpfende Wirkung der niedrigen Energiepreise durch den mittlerweile moderat ansteigenden Ölpreis allmählich um. Gleichzeitig werden auch die Lebensmittelpreise voraussichtlich ein weiteres Jahr stärker steigen als die Verbraucherpreise insgesamt. Der Anstieg der Lebensmittelpreise wird aber in Westeuropa sehr wahrscheinlich klar unter 2 Prozent liegen. Die Inflationsrate insgesamt wird daher auch 2016/17 voraussichtlich unter 2 Prozent bleiben, auch aufgrund der nach wie vor verhaltenen Nachfrage insbesondere im Euroraum.

Vor diesem Hintergrund ist für das Geschäftsjahr 2016/17 ein Wachstum zu erwarten, das vermutlich nur leicht über dem des Berichtszeitraums liegen wird. Nach etwas über 2 Prozent im Jahr 2016 erwarten wir für 2017 ein Wachstum in der Größenordnung von 2,5 Prozent. Insgesamt ist die Weltwirtschaft nach Finanz- und Staatsschuldenkrise noch nicht wieder auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zurückgekehrt.

Deutschland

Die deutsche Wirtschaft entwickelte sich im Berichtsjahr 2015/16 im westeuropäischen Vergleich erneut leicht überdurchschnittlich. Nach drei Jahren mit Wachstumsraten oberhalb von 1,5 Prozent erwarten wir für das laufende Jahr eine leichte Abschwächung der Wirtschaft und eine Rate unter 1,5 Prozent. Vor dem Hintergrund der nach wie vor ungünstigen weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und des anstehenden Brexits wird das Wachstum voraussichtlich weiterhin

stärker durch binnenwirtschaftliche Faktoren gestützt, insbesondere durch den öffentlichen und privaten Konsum. Dabei bleiben die Bedingungen für Konsum und Handelsentwicklung angesichts der bis zuletzt zunehmenden Beschäftigung und steigender Reallöhne positiv. Alles in allem wird der Handel in Deutschland daher voraussichtlich ein weiteres Jahr mit nominal rund 2 Prozent robust zulegen können.

Westeuropa

Auch in Westeuropa wird sich das Wirtschaftswachstum nach drei Jahren mit soliden Zuwachsraten etwas abschwächen. Dies ist in erster Linie auf den Brexit zurückzuführen, wenngleich wir erwarten, dass die negativen Folgen außerhalb des Vereinigten Königreichs überschaubar bleiben werden. Gleichzeitig stützt das Niedrigzinsumfeld weiterhin das Wachstum. Auch die kontinuierlich sinkende Arbeitslosigkeit in den Ländern Westeuropas schafft insgesamt solide Rahmenbedingungen für den privaten Konsum. Wir erwarten daher, dass auch im Geschäftsjahr 2016/17 das Wirtschaftswachstum in Westeuropa insgesamt real oberhalb von 1 Prozent liegen wird. Weiter überdurchschnittlich wird dabei vermutlich die spanische Wirtschaft wachsen. Insgesamt unterdurchschnittliches Wachstum prognostizieren wir für Italien. Trotz kurzfristig solider Rahmenbedingungen sind die mittelfristigen Wachstumsperspektiven aufgrund der nach wie vor hohen Staatsverschuldung sowie weiterhin notwendiger Strukturreformen beeinträchtigt.

Konsum und Handel profitieren von der langsam, aber stetig sinkenden Arbeitslosigkeit. Nach einem im Vergleich zu den Vorjahren insgesamt soliden Handelswachstum von nominal etwas über 1,5 Prozent rechnen wir für das Geschäftsjahr 2016/17 mit einem Wachstum in ähnlicher Größenordnung. Auch hier erwarten wir insbesondere für Spanien überdurchschnittliche Zuwächse.

Osteuropa

In Osteuropa verläuft die Entwicklung nach wie vor zweigeteilt: In den mitteleuropäischen Ländern erwarten wir weiter eine vergleichsweise robuste Entwicklung mit Wachstumsraten in der Größenordnung von 2 bis mehr als 3 Prozent. Für Russland und die Ukraine bleibt das wirtschaftliche Umfeld dagegen herausfordernd. Insgesamt scheinen beide Länder aber zum Ende des Geschäftsjahres 2015/16 den Boden erreicht zu haben. Für das Geschäftsjahr 2016/17 erwarten wir daher ein leichtes Wachstum in der Größenordnung von 1 Prozent. Russland profitiert dabei auch von dem sich insgesamt stabilisierenden Ölpreis. Ein Rückgang der Wirtschaftsdynamik ist da-

gegen in der Türkei vor dem Hintergrund wirtschaftlicher Abschwächung und politischer Unsicherheit zu erwarten.

Die zweigeteilte Entwicklung Osteuropas kommt auch in den Erwartungen für den Handel zum Ausdruck: Für die Länder Mitteleuropas rechnen wir im Geschäftsjahr 2016/17 mit weiter robust wachsenden Handelsumsätzen. In Russland und der Türkei werden die Umsätze erneut vor allem preisbedingt zulegen, wenngleich die Inflation zumindest in Russland weiter zurückgehen wird. Inflationsbereinigt erwarten wir daher in Russland erneut ein reales Minus und in der Türkei allenfalls ein leichtes Plus.

Mittelfristig sehen wir für Osteuropa wieder eine größere Dynamik und die Ausschöpfung des nach wie vor hohen Nachholpotenzials.

Asien

Die Schwellenländer Asiens waren trotz Abschwächung Chinas und niedrigen Wachstums in Japan auch im Geschäftsjahr 2015/16 die wachstumsstärkste Region, in der die METRO GROUP tätig ist. Wir gehen davon aus, dass dies auch im Geschäftsjahr 2016/17 so sein wird. Allerdings bleibt die Unsicherheit über das Ausmaß des wirtschaftlichen Abschwungs in China bestehen. Dagegen wächst die indische Wirtschaft voraussichtlich auch im Geschäftsjahr 2016/17 wieder mit mehr als 7 Prozent – das würde ein weiteres Mal das stärkste Wachstum aller METRO GROUP Länder bedeuten. Japans Wirtschaft bleibt kurzfristig auf die expansive Geld- und Finanzpolitik angewiesen, was die langfristigen Probleme infolge der hohen Staatsverschuldung verstärkt. Für 2016/17 erwarten wir aber dadurch ein Wachstum in der Größenordnung von 1 Prozent.

Für den Handel rechnen wir in China und Indien erneut mit nominalen Wachstumsraten im knapp zweistelligen Bereich. Auch preisbereinigt wird das Wachstum voraussichtlich in beiden Ländern im mittleren einstelligen Bereich liegen. Im gesättigten japanischen Markt ist dagegen nur mit einer moderaten Handelsdynamik zu rechnen.

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

Künftige Branchensituation

Selbstbedienungsgroßhandel

Die Entwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel steht im Zusammenhang mit den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Im kommenden Geschäftsjahr rechnen wir weiterhin mit einer differenzierten wirtschaftlichen Entwicklung in den verschiedenen Wirtschaftsräumen. Wir gehen davon aus, dass sich die unterschiedlichen Trends auch in den Umsätzen des Selbstbedienungsgroßhandels in den einzelnen Regionen des METRO Cash & Carry Portfolios wiederfinden.

Vor dem Hintergrund einer nur leichten Abschwächung des Wirtschaftswachstums im Geschäftsjahr 2016/17 erwarten wir in Deutschland und in Westeuropa weiterhin eine solide Entwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel. Positive Impulse für die Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel erwarten wir vor allem aus dem kontinuierlichen Rückgang der Arbeitslosigkeit, aus der Erhöhung der verfügbaren Einkommen und der damit einhergehenden Nachfrage nach hochwertigen Produkten. Insgesamt prognostizieren wir für Westeuropa inklusive Deutschland leicht steigende Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel.

Im kommenden Geschäftsjahr gehen wir von einem fortlaufenden Umsatzwachstum in lokalen Währungen im Selbstbedienungsgroßhandel in Osteuropa aus. Die Region wird weiterhin unter dem Einfluss der Russland/Ukraine-Krise stehen, jedoch sollten die hohe Inflation und ihre negativen Auswirkungen auf die Nachfrage nachlassen, was dem Lebensmittelhandel zugutekommen wird. In den zentraleuropäischen Ländern erwarten wir ferner eine solide Umsatzentwicklung. In der Türkei wird sich das Wachstum voraussichtlich etwas abschwächen, da insbesondere Tourismus und Gastronomie von der herausfordernden innenpolitischen Situation betroffen sind. Insgesamt bietet die Region trotz der zunehmenden Expansion der Einzelhandelsformate weiter Wachstumspotenziale für den Selbstbedienungsgroßhandel. Die METRO GROUP geht auch für das nächste Jahr davon aus, dass Osteuropa die zweitstärkste Wachstumsregion im Selbstbedienungsgroßhandel bleibt.

Für das kommende Berichtsjahr erwarten wir im Selbstbedienungsgroßhandel für die Region Asien nach wie vor das höchste Wachstum. Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung bietet trotz der Abschwächung in China sehr gute Rahmenbedingungen für wachsende Handelsumsätze. Der Selbstbedienungsgroßhandel ist im Vergleich zu West- und Osteuropa einem

relativ schwachen Wettbewerb durch moderne Formate des Lebensmitteleinzelhandels ausgesetzt. Die traditionellen Händler stellen immer noch den wichtigsten Kanal für die Versorgung mit Lebensmitteln dar und bilden gleichzeitig eine wichtige Kundengruppe mit entsprechend hohem Wachstumspotenzial für den Selbstbedienungs Großhandel.

Die Schwerpunkte der METRO Cash & Carry Expansion liegen unverändert auf den dynamischen Märkten China und Indien. Zusätzlich setzen wir mit unserem auf Belieferung spezialisier- ten Tochterunternehmen Classic Fine Foods auf Wachstum im Bereich Außer-Haus-Konsum in den Schwellenländern, der mit dem Wohlstand der Bevölkerung zunimmt. Für das Geschäfts- jahr 2016/17 erwarten wir ferner eine steigende Nach- frage nach Belieferungsdienstleistungen von unseren Haupt- kundengruppen aus der Hotellerie- und Gastronomiebranche.

Elektrofachhandel

Die stabile Entwicklung im Elektrofachhandel in Europa wird sich im Geschäftsjahr 2016/17 aller Voraussicht nach grund- sätzlich fortsetzen.

In Deutschland rechnen wir für das Geschäftsjahr 2016/17 angesichts des hohen Ausgangsniveaus sowie des derzeitigen eher durchschnittlichen Innovationstempos mit Zuwachsraten im Umfang einer schwarzen Null.

Trendwarengruppen wie Health, Sports & Beauty, Virtual- Reality-Brillen und Fitnesstracker bringen zwar starke Impul- se, werden aber voraussichtlich erst mittelfristig maßgebliche Mengeneffekte generieren können. Die Vernetzung von Haus- technik, Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik – unter der Bezeichnung Smart Home zusammengefasst – ist hingegen bereits ein Thema für die breite Masse. Die Verkaufszahlen werden aber auch hier nur allmählich ansteigen.

Die gesättigten westeuropäischen Elektromärkte werden auch 2017 ein moderates Wachstum um die 1-Prozent-Marke generieren.

In Osteuropa entwickeln sich die lokalen Märkte nach wie vor sehr heterogen. Russland zeigt sich von den jüngsten Krisen gut erholt und kann seit Januar im Elektropanel starke Aufhol- tendenzen aufweisen. Dieser Prozess wird sich auch im lau- fenden Geschäftsjahr fortsetzen. Polen und Ungarn werden ihr Wachstum der letzten Jahre auf etwas niedrigerem Niveau fortsetzen können. Der griechische Markt wird sich dagegen aufgrund der erneuten umfassenden Reformen und Spar- maßnahmen voraussichtlich ein weiteres Jahr leicht rückläu- fig entwickeln. Für den türkischen Markt deuten die bis zuletzt veröffentlichten Zahlen auf ein fortgesetztes Wachstum in lokaler Währung im zweistelligen Bereich hin. Allerdings ist derzeit noch nicht absehbar, inwieweit sich die politische Situa- tion auf Anschaffungsneigung, Investitionsbereitschaft und Wirtschaftswachstum langfristig auswirken wird.

Lebensmitteleinzelhandel

Insgesamt bleiben die Rahmenbedingungen in Deutschland für den Handel im Geschäftsjahr 2016/17 weiter günstig. Dadurch wird auch der Lebensmitteleinzelhandel weiter wachsen. Darüber hinaus werden sich vor allem die Umsätze im Bereich E-Commerce im niedrigen zweistelligen Prozent- bereich bewegen.

Gleichzeitig erhöht die Zuwanderung auch den Bedarf an Le- bensmitteln. Daher rechnen wir insgesamt auch für den statio- nären Lebensmittelhandel mit einem gemäßigten Wachstum. Herausforderungen neben dem Bereich E-Food bleiben 2016/17 auch weiterhin der hohe Preiswettbewerb für schnell- drehende Produkte (FMCG) sowie die Verkaufsflächen- und somit Sortimentsexpansion von Supermärkten und Discoun- tern auf bisher schon bestehenden Marktflächen.

Erwartete Ertragslage: Ausblick für die METRO GROUP

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

Aufgrund der noch im Geschäftsjahr 2016/17 geplanten Aufteilung des Konzerns in zwei unabhängige Unternehmen mit klarem Fokus auf das Groß- und Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft einerseits und das Unterhaltungselektronikhandelsgeschäft andererseits wird es, falls die Hauptversammlung am 6. Februar 2017 der Aufteilung erwartungsgemäß zustimmt und die Aufteilung im Geschäftsjahr 2016/17 wie geplant wirksam wird, zu einer Anpassung der Prognose kommen.

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2016/17 erwartet die METRO GROUP – trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds – ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes. Für die Vertriebslinie Real wird von einer leichten Verbesserung der Entwicklung im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015/16 ausgegangen.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 0,2 Prozent im Berichtsjahr wieder von einem leichten Anstieg aus. Dazu sollen insbesondere die Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen. Für die Vertriebslinie Real wird von einer leichten Verbesserung der Entwicklung im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015/16 ausgegangen.

Ergebnis

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2016/17 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld – auch beeinflusst durch politische Entwicklungen – geprägt sein.

Dennoch ist die METRO GROUP zuversichtlich, das Ergebnis weiter leicht zu steigern. In diesem Zusammenhang legt die METRO GROUP außer auf operative Verbesserungen wieder einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle und erwartet in diesem Zusammenhang letztmalig Sonderfaktoren, mit denen die Transformation der METRO GROUP erfolgreich abgeschlossen wird.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP insgesamt eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2015/16 in Höhe von 1.560 Mio. €, allerdings inklusive leicht niedrigerer Erträge aus Immobilienveräußerungen. Zur leichten operativen Ergebnissteigerung sollen METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen.

– RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Risiko- und Chancenmanagementsystem

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

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

Zentrale Steuerung und effiziente Organisation

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

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

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

Im Konzernkomitee für Governance, Risiken und Compliance (kurz GRC-Komitee) unter gemeinsamer Leitung des Vorstandsvorsitzenden und des Finanzvorstands der METRO AG erfolgt regelmäßig ein Austausch über die Methodenharmonisierungen und die Weiterentwicklung der GRC-Teilsysteme. Das Gremium bespricht außerdem regelmäßig die aktuelle Risiko- und Chancensituation. Ständige Mitglieder sind Vertreter der Konzernbereiche Corporate Accounting (einschließlich Risk Management und Internal Control Finance), Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Legal Affairs & Compliance (einschließlich Internal Control Operations), Group Internal Audit, Group Strategy, Corporate Public Policy, IT Strategy & Governance sowie der Group Finance Director (bis 30. September 2016). Zudem ist der Konzernbereich Corporate Responsibility nicht ständiges Mitglied.

Risikomanagement

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

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

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

Das Mandat für die Steuerung und Entwicklung unseres Risikomanagementsystems obliegt der Abteilung Risk Management innerhalb des Bereichs Corporate Accounting der METRO AG. Ansatz, Methoden und Standards des Risikomanagements legt der Risikobeauftragte der METRO GROUP in Abstimmung mit dem GRC-Komitee fest. Er koordiniert den zugrunde liegenden Prozess. In diesem Zusammenhang informiert er gemeinsam mit den Vertretern der einzelnen Konzernbereiche, die Mitglieder im GRC-Komitee sind, den Vorstand der METRO AG zeitnah und kontinuierlich über wesentliche Entwicklungen im Risikomanagement, stellt den Informationsaustausch innerhalb unseres Unternehmens

sicher und unterstützt die Weiterentwicklung des Risikomanagements in sämtlichen Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und Zentralbereichen.

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

Chancenmanagement

Die systematische Identifikation und Kommunikation von Chancen ist integraler Bestandteil des Steuerungs- und Controllingsystems der METRO GROUP. Bei Chancen kann es sich um interne oder externe Ereignisse und Entwicklungen handeln, die unsere Geschäftsentwicklung positiv beeinflussen können. Grundsätzlich streben wir ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Chancen und Risiken an.

Wir führen makroökonomische Untersuchungen durch, analysieren die relevante Trendlandschaft und werten Markt-, Wettbewerbs- sowie Standortanalysen aus. Zudem befassen wir uns mit den kritischen Erfolgsfaktoren unserer Ge-

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

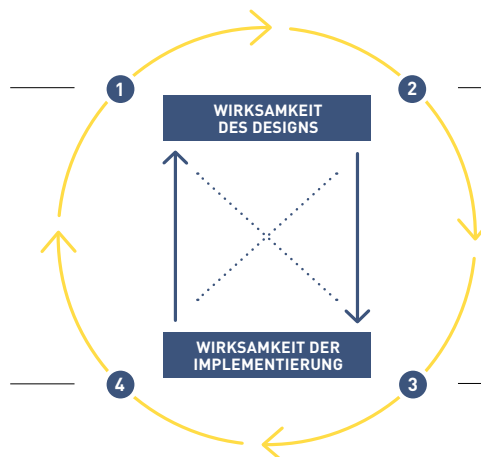
VERTRIEBSLINIEN/SEGMENTE

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



schäftsmodelle und relevanten Kostentreibern unseres Unternehmens. Die daraus abgeleiteten Markt- und Geschäftschancen sowie Effizienzsteigerungspotenziale konkretisiert der Vorstand der METRO AG im Rahmen der strategischen sowie der kurz- und mittelfristigen Planung. Dazu sucht er den engen Austausch mit dem Management der Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und zentralen Holdingeinheiten. Als Unternehmen verfolgen wir bei diesem Prozess insbesondere markt- und kundengetriebene Geschäftsansätze. Die Elemente unserer Strategie des langfristig nachhaltigen Wachstums überprüfen wir laufend.

Berichtswesen

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

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

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

Darüber hinaus betrachten wir die im Kontext des strategischen Planungsprozesses erstellten Analysen der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken. Ergänzend beziehen wir die Analysen der Berichte ein, die wir im Rahmen von Mittelfristplanungen und Hochrechnungen erstellen. Außerdem berücksichtigen wir relevante Ergebnisse aus dem internen Kontroll-

und aus dem Compliance-Managementsystem, dem Chancenmanagementsystem sowie der internen Revision.

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

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat und 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.

Regelmäßig zum Zeitpunkt der Aufstellung des Halbjahresfinanzberichts überprüfen und aktualisieren wir das im Vorjahr erstellte übergreifende Risiko- und Chancenportfolio für die METRO GROUP.

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

Strikte Grundsätze für den Umgang mit Risiken

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

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

Details des Risikomanagements klar definiert

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

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

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

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

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

Auf der zweiten Ebene des Risikomanagements – der Prozessebene – ist die Definition der Ziele gleichzeitig Ausgangspunkt der Risikobeschreibung. In diesem Kontext identifizieren, klassifizieren und steuern wir diejenigen Risiken, deren Eintritt die Erreichung unserer Ziele gefährden beziehungsweise verhindern würde. Zudem nutzen wir seit der Risikoinventur 2016 eine Liste mit Standardrisiken, die von den Risikoeinheiten verbindlich zu bewerten sind. Dadurch stellen wir sicher, dass alle für unseren Ge-

schäftsbetrieb typischen Risiken validiert werden. 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. Längerfristige Risiken und Chancen, beispielsweise durch den Klimawandel, betrachten und bewerten wir in unserem sogenannten Issues-Managementsystem. Das Issues Management des Bereichs Corporate Public Policy beobachtet und identifiziert kontinuierlich unternehmensrelevante Themen im interessenspolitischen Raum und in den Medien, um bei öffentlichen Diskussionen schnell, klar und einheitlich Stellung beziehen zu können. Das Issues-Management- und Risikomanagementsystem sind eng miteinander verknüpft. Sofern es wahrscheinlich ist, dass Risiken eintreten, haben wir sie in unsere Geschäftspläne und unseren Ausblick aufgenommen. So haben wir im Berichtszeitraum beispielsweise unterschiedliche Maßnahmen zum Umgang mit dem Thema Wasser abgeleitet. Dieses Thema wird zunehmend relevanter. Hierfür wollen wir uns frühzeitig aufstellen.

Risikoklassifizierung

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

management 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 werden alle wesentlichen Einheiten des Konsolidierungskreises des Konzernabschlusses abgedeckt.

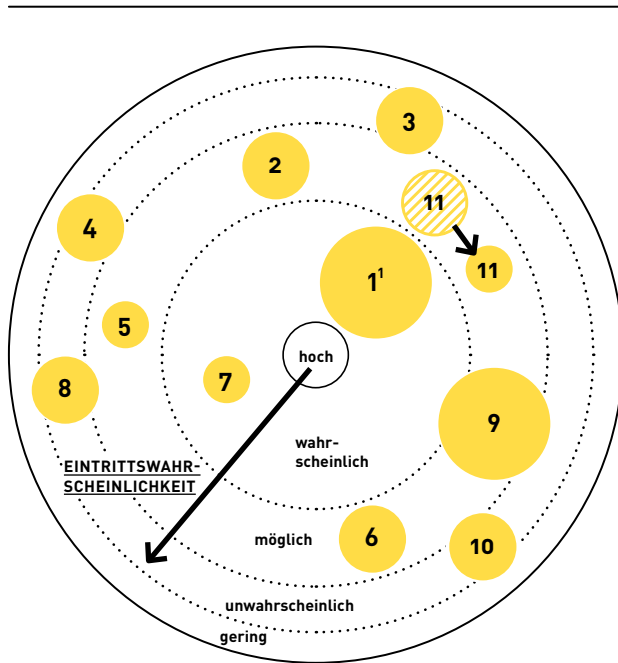
Darstellung der Risikosituation

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

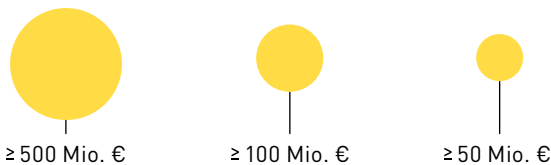
Aufgrund der thematischen Nähe haben wir das Vorjahresrisiko Nummer 3 „Unzureichende Kundenorientierung (METRO Cash & Carry)“ in das Risiko Nummer 1 „Herausforderung des Geschäftsmodells“ integriert. Die Bewertung von Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit bleibt unverändert. Daraus ergibt sich eine neue Nummerierung der Risiken Nummer 3 bis Nummer 11. Unter dem Risiko Nummer 8 ist das Korruptionsrisiko entfallen, da dieses nicht länger als übermäßig relevant betrachtet und somit nicht individuell innerhalb der Risikogruppe Compliance-Risiken erläutert wird. Das Risiko Nummer 8 bleibt dennoch in seiner Bewertung unverändert. Beim Risiko Nummer 9 haben wir die Bezeichnung geändert, damit dieses besser verständlich ist. Zudem wurde bei dem Risiko Nummer 11 „Geopolitische Situation in Russland / der Ukraine“ das potenzielle Schadensausmaß von ≥ 100 Mio. € im Vorjahr auf ≥ 50 Mio. € gesenkt. Nähere Erläuterungen zu den einzelnen Risiken finden sich in den jeweiligen Abschnitten.

Nr.	Besonders relevante Risiken 2015/16	Risikogruppe	Potenzielles Schadensausmaß	Eintrittswahrscheinlichkeit	Veränderung zu 2014/15
1	Herausforderung des Geschäftsmodells	Risiken aus dem Handelsgeschäft	≥ 500 Mio. €	wahrscheinlich	Vorjahresrisiko Nr. 3 „Unzureichende Kundenorientierung (METRO Cash & Carry)“ wurde in Risiko Nr. 1 integriert.
2	Unzureichende Umsetzung der Strategie und strategischer Projekte	Risiken aus dem Handelsgeschäft	≥ 100 Mio. €	möglich	
3	Unprofitable Nutzung von Verkaufsflächen	Immobilienrisiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	
4	Unterbrechung der Geschäftstätigkeit	Informationstechnische Risiken / Gesamtwirtschaftliche und politische Risiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	
5	Unzureichende Entwicklung und Pflege des Führungskräftenachwuchses	Personalrisiken	≥ 50 Mio. €	möglich	
6	Budget- und Prognosezuverlässigkeit	Finanzwirtschaftliche Risiken	≥ 100 Mio. €	möglich	
7	Unzureichende bzw. ineffektive interne Kontrollen hinsichtlich Investitionen und Kosten bzgl. Expansion und Bau sowie in operativen Prozessen	Compliance-Risiken/Risiken aus Portfolioänderungen	≥ 50 Mio. €	wahrscheinlich	
8	Kartellrechtsverstöße und Verschärfung von Regulierungen zu nachträglichen Vergütungen	Rechtliche und steuerliche Risiken / Compliance-Risiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	Korruptionsrisiken entfallen.
9	Abschreibungen auf Firmen- und Vermögenswerte	Finanzwirtschaftliche Risiken	≥ 500 Mio. €	möglich	
10	Ratingherabstufung METRO AG	Finanzwirtschaftliche Risiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	
11	Geopolitische Situation in Russland / der Ukraine	Gesamtwirtschaftliche und politische Risiken	≥ 50 Mio. €	möglich	Potenzielles Schadensausmaß von ≥ 100 Mio. € auf ≥ 50 Mio. € gesunken.

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



Kreisgröße = mögliche Auswirkung (brutto)



▨ Geschäftsjahr 2014/15

Eintrittswahrscheinlichkeit

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

Die Breite der Ringe visualisiert die zugrunde liegende Eintrittswahrscheinlichkeit.

¹ Aufgrund der thematischen Nähe wird das bisherige Top-Risiko 3 „Unzureichende Kundenorientierung“ im GRC-Jahresbericht mit dem Top-Risiko 1 verschmolzen. Im Folgenden ergibt sich eine neue Nummerierung für die restlichen Top-Risiken.

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

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

Umfeldrisiken

Gesamtwirtschaftliche und politische Risiken

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

Die Weltwirtschaft hat sich im Geschäftsjahr 2015/16 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter abgeschwächt. Insgesamt ist sie nach Finanz- und Staatsschuldenkrise noch nicht wieder auf einem nachhaltigen Wachstumspfad angekommen. Dabei fiel die Entwicklung erneut uneinheitlich aus. Während West- und Zentraleuropa insgesamt ein solides Wachstum aufwies, fiel die Entwicklung in den osteuropäischen und asiatischen Schwellenländern insgesamt verhaltener aus. Osteuropa wurde nach wie vor durch die schwache Wirtschaftsentwicklung Russlands und den andauernden Russland/Ukraine-Konflikt beeinträchtigt. In beiden Ländern war die Wirtschaftsentwicklung ein weiteres Jahr rückläufig. Insgesamt ging die Wirtschaftsleistung aber zum Ende des Geschäftsjahres nicht mehr weiter zurück.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen und aufgrund unserer operativen Geschäftstätigkeit sehen wir bei dem Risiko der geopolitischen Situation in Russland und der Ukraine (Risiko Nummer 11) eine Reduzierung des potenziellen Schadensausmaßes von ≥ 100 Mio. € auf ≥ 50 Mio. € mit unveränderter Eintrittswahrscheinlichkeit (möglich). Für das Geschäftsjahr 2016/17 erwarten wir, dass sich die Phase der insgesamt unterdurchschnittlichen Entwicklung der Weltwirtschaft weiter fortsetzt.

Das Risiko einer stärkeren wirtschaftlichen Abschwächung Chinas ist kurzfristig etwas zurückgegangen, bleibt aber mittelfristig weiter gegeben. Innerhalb Europas dominierte seit Mitte 2016 der anstehende EU-Austritt des Vereinigten Königreichs (Brexit) die politische Diskussion. Die wirtschaftlichen

Folgen für Länder außerhalb des Vereinigten Königreichs sind aber aller Voraussicht nach überschaubar. Das Risiko-Chancen-Profil für die kurz- und mittelfristige Entwicklung des Handelssektors und damit der METRO GROUP hat sich insgesamt im Vergleich zum Vorjahr nicht verbessert. Unsere internationale Präsenz hat aber den Vorteil, dass sich volkswirtschaftliche, rechtliche und politische Risiken sowie Nachfrageschwankungen zwischen Ländern ausgleichen können.

Die Rahmenbedingungen in einzelnen Ländern können sich schnell ändern. Unruhen, Wechsel in der politischen Führung, Anschläge oder Naturkatastrophen können die Geschäfte der METRO GROUP in einem Land gefährden. Im Berichtsjahr ist in diesem Kontext insbesondere die Türkei zu nennen, in der sich die innenpolitische Lage nach Anschlägen und Putschversuch eingetrübt hat.

Generell ergeben sich dadurch Risiken für die METRO GROUP im Hinblick auf den Verlust respektive die Zerstörung von Eigentum/Immobilien, Wechselkursänderungen, Beschränkungen im Waren- und Kapitalverkehr sowie regulatorische Veränderungen. Soweit möglich und sinnvoll, versichern wir uns umfassend gegen den Verlust von Sachwerten sowie gegen Betriebsausfälle, die beispielsweise infolge politischer Unruhen entstehen können. Ein professionelles Krisenmanagement ermöglicht eine schnelle Reaktion und Krisenbewältigung. Dazu gehören unter anderem Evakuierungspläne, Schulungen der Mitarbeiter vor Ort sowie Handlungsanweisungen an diese. Damit kann Schaden von unseren Mitarbeitern und Kunden abgewendet werden. Zudem können drohende Umsatz- und Ertragsverluste infolge von Betriebsausfällen und zerstörtem Eigentum durch bestehende Versicherungen kompensiert werden.

Die Anschläge in Westeuropa haben zu einer negativen Veränderung des allgemeinen Sicherheitsgefühls geführt. Diese Veränderung hat jedoch keinen direkten Einfluss auf die METRO GROUP. Uns ist es wie bisher wichtig, im Falle eines Anschlags schnell und effektiv zu reagieren und professionelles Krisenmanagement zu gewährleisten.

Die Reaktionen auf mögliche Gefahren, die das Risiko einer Betriebsunterbrechung nach sich ziehen können (Risiko Nummer 4, unverändert zum Vorjahr), regeln wir mit einem Betriebskontinuitätsmanagement (englisch: Business Continuity Management) und in einem Krisenmanagementhandbuch. Damit verfolgen wir im Wesentlichen das Ziel, die Kontinuität der betrieblichen Abläufe während einer Krise zu gewährleis-

ten. Bei Risiko Nummer 4 betrachten wir Risiken möglicher Betriebsunterbrechungen, beispielsweise durch Naturkatastrophen, Pandemien oder terroristische Anschläge. Ein besonderer Fokus liegt zudem auf IT-Risiken. Nähere Erläuterungen dazu sind im Abschnitt „Informationstechnische Risiken“ zu finden. Potenzielles Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit bleiben unverändert.

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

Umweltrisiken

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

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

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

Branchenrisiken

Risiken aus dem Handelsgeschäft

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

Der Wandel des Konsumverhaltens und der Kundenerwartungen birgt Risiken – auch vor dem Hintergrund der demografischen Veränderungen, des zunehmenden Wettbewerbs sowie der fortschreitenden Digitalisierung. Gehen wir nur unzureichend auf Kundentrends und Preisentwicklungen ein oder verpassen Trends im Sortiment oder im Hinblick auf geeignete Vertriebsformate beziehungsweise neue Vertriebskanäle, kann dies die Umsatzentwicklung beeinträchtigen und unsere Wachstumsziele gefährden (Risiko Nummer 1). Um diesen Risiken entgegenzuwirken, erweitern wir unsere Vertriebskanäle, indem wir im Sinne einer vertriebslinienspezifischen Mehrkanalstrategie unsere Onlineaktivitäten verstärken und das Belieferungsgeschäft ausbauen. Darüber hinaus entwi-

ckeln wir für METRO Cash & Carry mit einem Franchise-Konzept neue Standorte. Parallel dazu intensivieren wir die Beobachtung von Wettbewerbern. Unsere verschiedenen strategischen Projekte haben insbesondere zum Ziel, Einkaufs- und Vertriebsprozesse weiter zu optimieren und Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen.

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

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

Generell besteht bei METRO Cash & Carry das potenzielle Risiko einer unzureichenden Kundenorientierung (Risiko Nummer 1 „Herausforderung des Geschäftsmodells“; das Vorjahresrisiko Nummer 3 „Unzureichende Kundenorientierung“ wurde integriert). Um diesem Risiko Rechnung zu tragen und zielgerichtete Angebote vorzuhalten, implementieren wir Maßnahmen, die zu einer verbesserten, kundenorientierten Sortimentsgestaltung führen. So erweitern wir beispielsweise in allen Vertriebslinien unser Angebot an regional gehandelten Produkten und gehen mit unseren Sortimenten verstärkt auf die zunehmenden Erwartungen unserer Kunden hinsichtlich ökologischer, sozialer und gesundheitlicher Aspekte ein.

Immobilienrisiken

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

- allgemeine Marktschwankungen,
- nicht profitable Nutzung von Verkaufsflächen; hierzu gehört auch das Leerstandsrisiko durch nicht mehr genutzte Verkaufsflächen, die keiner Nachverwendung zugeführt werden können (Risiko Nummer 3, unverändert zum Vorjahr),
- Mietausfälle durch Insolvenzen von Drittmietern,
- ein starker Wettbewerb um geeignete Standorte,
- Fehlentscheidungen bei der Standortwahl,
- die Verschlechterung der Profitabilität eines Standorts, zum Beispiel aufgrund soziodemografischer Veränderungen im Einzugsgebiet,
- der bauliche Zustand der Immobilien sowie
- Naturkatastrophen wie Erdbeben, Überschwemmungen oder Stürme.

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

Auch im Immobilienbereich wollen wir unserer Verantwortung für die Umwelt gerecht werden und möglichen Risiken entgegenwirken. So reduzieren wir beim Betrieb unserer Standorte die Umweltauswirkungen. Seit 2011 senken wir kontinuierlich unsere spezifischen Treibhausgasemissionen. Dafür investieren wir unter anderem in technische Maßnahmen zur Energieeinsparung, Energiemanagementsysteme nach ISO 50001, die Umstellung auf weniger klimagefährdende Kühlmittel und Programme für Änderungen im Verhalten jedes einzelnen Mitarbeiters. Mithilfe dieser Maßnahmen können wir zudem unsere Kosten für Energie reduzieren beziehungsweise angesichts steigender Preise stabil halten.

Alle unsere Standorte haben wir 2016 einer Analyse zum Risiko aus „Wasserstress“ unterzogen. Dabei haben wir untersucht, inwieweit die Wasserversorgung der Standorte durch physikalische und regulatorische Risiken gefährdet ist. Konzernübergreifend liegt das Risiko unter dem niedrigsten hier berichteten Schadensausmaß.

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 und 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 und die Nichteinhaltung unserer Compliance-Standards könnten dem Ansehen der METRO GROUP großen Schaden zufügen und den Unternehmenserfolg dauerhaft gefährden. Deshalb kontrollieren wir unsere Eigenmarkenlieferanten kontinuierlich dahingehend, ob sie den hohen einkaufspolitischen und Compliance-Standards der METRO GROUP entsprechen. Dazu zählen besonders die von der Global Food Safety Initiative (GFSI) anerkannten Lebensmittelsicherheits- und 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. Um sich für die METRO GROUP ohne ein anerkanntes und gültiges Zertifikat zu qualifizieren, kann sich ein Eigenmarkenlieferant übergangsweise einer besonderen Prüfung (METRO Assess-

ment Solution) durch eine akkreditierte Zertifizierungsstelle unterziehen und muss sie bestehen.

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

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

Ein Beispiel für unsere Bestrebungen zur Minimierung negativer Umweltauswirkungen ist die seit 2011 bestehende Mitgliedschaft der METRO GROUP beim Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO – Roundtable on Sustainable Palm Oil). Im Rahmen dieser Mitgliedschaft haben wir uns verpflichtet, ab 2020 ausschließlich nachhaltig zertifiziertes Palmöl in unseren Eigenmarkenprodukten zu verwenden. Bei unserer Vertriebslinie Real ist dieses Ziel bereits erfüllt. Ein weiteres Beispiel: Bei Holz- und Papierprodukten stellen wir über entsprechende Zertifizierungen der Lieferanten sicher, dass das Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt und nicht aus illegalem Einschlag. Im Jahr 2016 haben wir zudem erstmals ausgewählte Lieferanten zu Risiken und deren Management in Bezug auf Wasser befragt.

Unsere Anforderungen an Zulieferer sind vertraglich geregelt. Die Einhaltung überprüfen wir regelmäßig. Verstöße

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

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

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

Mittelfristig können auch globale Herausforderungen wie der Klimawandel, die Überfischung der Weltmeere oder der Zugang zu sauberem Wasser zu Einschränkungen bei der Verfügbarkeit von Rohstoffen führen, zum Beispiel durch Bestandsabnahme bei bestimmten Fischarten. Aus diesem Grund unterstützt die METRO GROUP beispielsweise seit Jahren Standards einer nachhaltigeren Fischerei beziehungsweise Fischzucht und kooperiert mit entsprechenden Lieferanten.

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

darüber berichten. Seit 2016 berichtet die METRO GROUP auch zum Thema Wasser im Rahmen dieser Umfrage.

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

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

Supply-Chain-Risiken

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

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

Eine mangelhafte Kommunikation bezüglich der künftig benötigten Produktmengen, zum Beispiel aufgrund fehlender oder fehlerhafter Hochrechnungen, kann zu unzureichender Warenverfügbarkeit und Ineffizienzen in der Logistik führen. Diesem Risiko begegnen wir durch gezielte Neuordnung und Bündelung der Verantwortlichkeiten für die Bestell- und Beschaffungsplanung.

Unvollständige oder schlecht gepflegte Produkt- und Kundendaten können zu einer erheblichen Verzögerung und Störung bei der Ein- und Auslistung von Produkten wie auch

der Warenversorgung unserer Kunden führen. Daher verstärken wir unsere Anstrengungen, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Stammdaten zu gewährleisten, beispielsweise durch regelmäßige Überwachung relevanter Leistungskennzahlen.

Mit dem Ausbau unserer Onlineaktivitäten, des Mehrkanalgeschäfts, der Belieferung sowie weiterer innovativer Vertriebsformate und der damit einhergehenden steigenden Komplexität ergeben sich zusätzliche Herausforderungen. Den daraus entstehenden Risiken begegnen wir durch eine enge Zusammenarbeit der betroffenen Fachbereiche.

Bei der Auswahl unserer externen Logistikdienstleister achten wir darauf, dass diese unseren steigenden Anforderungen genügen, und bündeln Auftragsvolumina. Gleichzeitig vermeiden wir aber die Abhängigkeit von einzelnen Dienstleistern. Die METRO GROUP schafft darüber hinaus die erforderlichen Strukturen, um jederzeit eine durchgängig hohe Qualität entlang der Lieferkette sicherzustellen. Mit Qualifizierungsprogrammen bereiten wir unsere Lieferanten und Logistikdienstleister in Schwellenländern auf die logistischen Anforderungen vor. Damit leisten wir zudem einen bleibenden Beitrag zur lokalen Versorgung mit Lebensmitteln und wirken dem Problem der Lebensmittelverschwendung entgegen.

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

Finanzwirtschaftliche Risiken

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

Integraler Bestandteil der Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken ist zudem die Gewährleistung eines uneingeschränkten Kapitalmarktzugangs für die METRO GROUP. Eine Herabstufung unseres Ratings, bezogen auf ein Downgrade auf „BB“ durch die Ratingagentur Standard & Poor's, hätte negative Auswirkungen auf unsere Liquidität und die Konzernfinanzierung (Risiko Nummer 10, unverändert zum Vorjahr). Wir haben die Verschuldung weiter abgebaut und ratingrelevante Kennzahlen haben sich leicht verbessert. Um dem Risiko entgegenzuwirken, richtet sich unsere Strategie auf einen Abbau der Verschuldung, indem wir unter anderem das Nettobetriebsvermögen optimieren sowie unsere Investitionsmittel auf unternehmenswertsteigernde Maßnahmen konzentrieren.

Ein weiteres identifiziertes Risiko betrifft unerwartete Abweichungen vom Budget oder von der Prognose (Risiko Nummer 6, unverändert zum Vorjahr). Diese könnten dazu führen, dass wir unsere Planzahlen nicht erreichen und dadurch eine Neubewertung von Vermögenswerten, einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerten, nötig wird, die unsere Vermögens- und Ertragslage negativ beeinträchtigen würde (Risiko Nummer 9, unverändert zum Vorjahr). Maßnahmen zur Begrenzung dieser Risiken räumen wir daher eine hohe Priorität ein. So implementieren wir in diesem Zusammenhang bei den Vertriebslinien der METRO GROUP konsequent strategische Maßnahmen, die auf die Verbesserung des Ergebnisses ausgerichtet sind. Ein besonderer Fokus liegt diesbezüglich auf den Ländern, für die ein Wertminderungsrisiko besteht.

Außerdem wirken wir diesen Risiken durch enge Überwachung von Risiken und Chancen sowie durch effektive interne Kontrollen für den Budget- und Prognoseprozess entgegen. Darüber hinaus intensivieren wir den Planungsprozess sowie den damit verbundenen internen Abstimmungsprozess weiter. Dazu tragen unter anderem eine engere Verzahnung der strategischen Planung mit dem Budgetprozess bei sowie die stärkere Einbeziehung der Kontrollgremien in den Strategie- und Budgetierungsprozess. Zudem unterstützen wir mit dem zum 1. Juli 2015 bei METRO Cash & Carry eingeführten New Operating Model und den damit verbundenen Wertschöpfungsplänen (Value Creation Plans) für jedes Land die proaktive Implementierung der Strategie der METRO GROUP. Aufgrund unseres vom Kalenderjahr abweichenden Geschäftsjahres verfügen wir über eine höhere und frühzeitige Planungssicherheit, da das sehr ertragreiche Weihnachtsquartal nicht mehr am Ende, sondern bereits am Anfang des Geschäftsjahres abgebildet wird. Schließlich vermittelt der Prognosebericht einen Einblick

in die Erwartung des Konzerns an die Geschäftsentwicklung des kommenden Geschäftsjahres.

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

Sonstige Risiken

Strategische Risiken

Wie am 30. März 2016 angekündigt, soll die METRO GROUP bis Mitte 2017 in einen Großhandels- und Lebensmittelspezialisten sowie ein auf Unterhaltungselektronikprodukte und Dienstleistungen fokussiertes Unternehmen mit eigener Börsennotierung aufgeteilt werden. Ziele sind, den Kundenfokus weiter zu schärfen, das Wachstum zu beschleunigen, Strukturen zu vereinfachen sowie die Umsetzungsgeschwindigkeit zu erhöhen und somit die operative Leistung insgesamt zu verbessern. In diesem Zusammenhang können folgende wesentliche Risiken entstehen: zeitliche Verzögerungen bei der Umsetzung der organisatorischen Trennung und der Börsennotierung, unvorhergesehene Nichterreichung des angestrebten Investment-Grade-Ratings, Erhöhung der geplanten Kosten sowie steuerliche Umsetzungsrisiken.

Risiken aus Portfolioänderungen

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

Im Rahmen der kontinuierlichen Portfoliooptimierung veräußerte die METRO GROUP das vietnamesische Großhandelsgeschäft von METRO Cash & Carry einschließlich der zugehörigen Immobilien, das im Quartalsabschluss zum 31. Dezember 2015 entkonsolidiert wurde.

Durch verschiedene Akquisitionen in allen Vertriebslinien erhöhen wir die Flexibilität der METRO GROUP in den Bereichen Logistik und Kundenservice. Ferner haben wir unsere Aktivitäten im Start-up-Sektor erweitert. Sofern bilanziell erforderlich, sind die Risiken, die aus Portfolioänderungen resultieren, in der Finanzberichterstattung berücksichtigt.

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

Die METRO GROUP hat im Geschäftsjahr 2015/16 verschiedene Maßnahmen ergriffen, um die internen Prozesse bezüglich Expansionsentscheidungen sowie deren erfolgreiche Umsetzung weiter zu optimieren und damit den entsprechenden Risiken entgegenzuwirken (Risiko Nummer 7, unverändert zum Vorjahr). Gremien der Vertriebslinien sind in den Entscheidungsprozess über den effizienten Einsatz von Investitionsmitteln zur Expansion eingebunden. Die Abstimmungsprozesse werden kontinuierlich verbessert. Darüber hinaus werden bereits umgesetzte Investitionsentscheidungen intensiv überwacht.

Informationstechnische Risiken

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

Aus diesem Grund haben wir die organisatorischen Maßnahmen optimiert, mit denen wir die Einhaltung interner und externer Regelungen zur IT sicherstellen. Wir überprüfen Systeme, die an das Internet angebunden sind, regelmäßig auf Schwachstellen. Der hohen Komplexität der

modernen IT-Landschaft begegnen wir mit eindeutigen Regeln für das Management und neuen technischen Architekturen, die die Abhängigkeiten der Systeme untereinander reduzieren und Anpassungen der Systeme vereinfachen.

Wichtige Geschäftsabläufe wie Einkauf/Bestellung, Vermarktung und Verkauf beruhen seit Jahren auf IT-Systemen. Systeme für den Onlinehandel müssen ständig verfügbar sein, da dieser eine permanente Erreichbarkeit auch abseits von Ladenöffnungszeiten voraussetzt. Ein zentrales Kriterium bei der Weiterentwicklung 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 entsprechender Krisenplan zur Verfügung (Risiko Nummer 4 „Unterbrechung der Geschäftstätigkeit“, unverändert zum Vorjahr). Weitere Erläuterungen sind im Abschnitt „Umfeldrisiken“ zu finden.

Informationen stellen für alle Unternehmen der METRO GROUP eine entscheidende Ressource dar. Das bedeutet, dass sie genau wie alle weiteren Werte geschützt werden müssen. Die METRO AG hat daher ein dokumentiertes IT-Sicherheitsmanagementsystem (ISMS) entwickelt, das seit Anfang 2013 in Kraft ist. Das Rahmenwerk soll sicherstellen, dass die Informationen vertraulich (Zugriff nur für befugte Benutzer) und integer (richtig und vollständig) sind. Die Managementprinzipien für IT-Sicherheit beschreiben unter anderem die Aufbau- und Ablauforganisation. Die implementierten IT-Sicherheitskontrollen sind im Einklang mit dem Industriestandard ISO 27000 definiert. Damit sorgen wir dafür, dass die von uns verarbeiteten Daten korrekt und vollständig sind und nur von zuständigen Mitarbei-

tern 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 Schulungen nach ISO 27000 sensibilisiert, vorbereitet und aktuell informiert. Darüber hinaus lassen wir wesentliche Prozesse und IT-Systeme unserer zentralen IT-Gesellschaft METRO SYSTEMS sowie seit dem Jahr 2015 auch Media-Saturn IT Services (MSITS) von der internen Revision und externen Prüfern nach dem internationalen Standard für Prüfberichte von Dienstleistungsunternehmen ISAE 3402 (International Standard on Assurance Engagement) prüfen. Dem Risiko des Daten- und Identitätsdiebstahls besonders bei Geheimnisträgern begegnen wir mit Informationskampagnen zur sicheren Benutzung von IT im gesamten Arbeitsalltag.

Das Bewusstsein für die Relevanz des Datenschutzes ist auf allen Ebenen im Konzern weiter gestärkt worden. Die Verpflichtung zur Einhaltung des Datenschutzes gemäß dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) ist Bestandteil von Arbeitsverträgen. Insbesondere Mitarbeiter aus Unternehmensbereichen, die Zugang zu sensiblen Daten haben und mit diesen arbeiten, nehmen an Präsenzs Schulungen zum Thema Datensicherheit teil. Mitarbeiter mit privilegierten Zugriffsrechten, beispielsweise Administratoren, müssen eine zusätzliche Verpflichtungserklärung unterzeichnen.

Personalrisiken

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

gung am Unternehmenserfolg stärkt die Identifikation der Mitarbeiter mit der METRO GROUP und schärft ihren Blick für Risiken und Chancen bei allen unternehmerischen Entscheidungen.

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

Die Nachfolgeplanung innerhalb der METRO GROUP, insbesondere für die oberen Führungsebenen, gewährleisten wir durch maßgeschneiderte Karriere- und Entwicklungspläne. Mit all diesen Maßnahmen begegnen wir den wesentlichen Risiken der unzureichenden Entwicklung und Pflege des Führungskräftenachwuchses (Risiko Nummer 5, unverändert zum Vorjahr).

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

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

Rechtliche und steuerliche Risiken

Rechtliche Risiken resultieren vor allem aus arbeits- und zivilrechtlichen Verfahren sowie aus Änderungen von Handelsge-

setzen. Daneben können sich Risiken für die METRO GROUP auch aus Ermittlungsverfahren ergeben, wie beispielsweise wegen etwaiger Verstöße gegen das Kartell- oder Wettbewerbsrecht und der verschärften Regulierung zur nachträglichen Vergütung (Risiko Nummer 8, unverändert zum Vorjahr). Kartellrechtsrisiken können im Rahmen der geschäftlichen Beziehungen zu Lieferanten der METRO GROUP etwa bei der Frage der Wiederverkaufspreise von Handelsware auftreten. Für anhängige Kartellverfahren wurde, sofern die Verpflichtung hinreichend konkretisiert ist, eine angemessene Risikovorsorge gebildet.

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

Beherrschung der Media-Saturn-Holding GmbH

Auf der Grundlage der Vielzahl von gerichtlichen Entscheidungen zu Fragen der Governance in Bezug auf die Media-Saturn-Holding GmbH sieht sich der Vorstand in seiner Auffassung bestätigt, dass die Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe nach den einschlägigen IFRS-Regelungen (International Financial Reporting Standards) in der Vergangenheit und auch im Konzernabschluss zum 30. September 2016 zutreffend erfolgt ist.

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

Sollte sich dennoch eine abweichende Beurteilung ergeben, würde der Vorstand seine Auffassung bezüglich der Vollkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe überprüfen. Eine Entkonsolidierung der MSH könnte auf Basis aktueller Werte zu einem einmaligen, nicht cashwirksamen-

Entkonsolidierungsertrag führen. In der Folge könnten sich angesichts einer Konsolidierung nach der Equity-Methode Auswirkungen auf die Finanzkennzahlen ergeben.

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

Compliance-Risiken

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

Der inhaltliche Fokus unseres Compliance-Managements liegt vor allem darauf, Korruptions- und Kartellrechtsrisiken (Risiko Nummer 8, unverändert zum Vorjahr) vorzubeugen. Korruptionsrisiken werden fortan nicht mehr unter dem Risiko Nummer 8 zusammengefasst, sondern zur besseren Unterscheidung separat betrachtet und bewertet. Derzeit werden sie als nicht besonders relevant eingeschätzt. Dabei bestehen Korruptionsrisiken zum einen im Verhältnis zu Behörden und Amtspersonen, etwa im Rahmen der internationalen Expansionstätigkeit oder bei Genehmigungsprozessen. Zum anderen können sie im geschäftlichen Umgang mit Lieferanten und weiteren Geschäftspartnern entstehen. Inhaltlich umfasst das konzernweite Compliance-Managementsystem darüber hinaus andere relevante straf- und ordnungsrechtliche Risiken, Datenschutz und arbeitsrechtliche Risikofelder wie Diskriminierung.

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

Zur Steuerung der identifizierten Compliance-Risiken hat die METRO AG konzernweit gültige Verhaltensrichtlinien eingeführt, darunter ein Kartellrechtshandbuch, das beispielsweise

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

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

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

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

In sensiblen Prozessbereichen, insbesondere in Expansions-, Bau-, Einkaufs- und Marktprozessen, werden wir die im letzten Geschäftsjahr begonnenen Verbesserungen weiter fortsetzen (Risiko Nummer 7, unverändert zum Vorjahr). Aus diesem Grund führen wir Risikoanalysen durch und überarbeiten beziehungsweise erweitern unsere operativen Kontrollstrukturen. Zusätzlich prüfen wir verstärkt die Effektivität der gesetzten Kontrollen für spezifische Prozesse.

——— Weitere Informationen finden sich im Kapitel Merkmale des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems.

Darstellung der Chancensituation

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

Die nachfolgend dargestellten wesentlichen Chancen schätzen wir bezüglich möglicher positiver Auswirkungen auf unsere Unternehmensziele der nächsten fünf Jahre ein. Für besonders relevante Chancen mit einem möglichen nachhaltigen EBIT-Effekt in Höhe von ≥ 100 Mio. € pro Jahr weisen wir indikative, in der Planung nicht berücksichtigte Werte aus. Die übrigen Chancen haben eine Größenordnung zwischen 20 Mio. € und 100 Mio. €.

Chancen aus der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Im Geschäftsjahr 2016/17 erwarten wir allenfalls eine leichte Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Handel, von der wir aber grundsätzlich bei Umsatz und Ergebnis profitieren könnten.

In Ländern mit wachsender Bevölkerung steigt zudem die Nachfrage auch langfristig. Die METRO GROUP ist in vielen Märkten vertreten, in denen wir von dieser Entwicklung profitieren können. Zusätzlich expandieren wir mit METRO Cash & Carry weiterhin in den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa. Dabei konzentrieren wir uns auf die Geschäftseinheiten und Länder, in denen wir ein klares Profil und eine starke Marktposition aufbauen können. Zu den Märkten, in denen wir expandieren, gehören daher wie bisher vor allem China, Indien, Russland und die Türkei. Darüber hinaus erwarten wir Chancen aus einer positiven geopolitischen und makroökonomischen Entwicklung in Südeuropa und in der Region Russland/Ukraine.

Der Abbau bürokratischer Hürden kann der METRO GROUP den Eintritt in neue Märkte erleichtern. Im Rahmen des Güterhandels zwischen den Ländern der Europäischen Union (EU) und Drittstaaten, mit denen die EU Freihandelsabkommen geschlossen hat (zum Beispiel Kanada, Moldawien, Südkorea, Ukraine, Vietnam), können viele Güter aus dem bestehenden METRO GROUP Sortiment bereits zollfrei oder mit erheblich reduzierten Zollsätzen eingeführt werden. Auch aus den zurzeit laufenden Verhandlungen der EU zu Freihandelsabkommen unter anderem mit den USA, Indien und Japan können bei einem erfolgreichen Abschluss der Gespräche der METRO GROUP große Vorteile bei der Beschaffung der Güter entstehen. Vielversprechend ist aus unserer Sicht auch das multilaterale Abkommen zur Vereinfachung der Zollabfertigung sowie zur Steigerung der Effizienz in den Zollprozessen der WTO-Mitgliedstaaten, das im Rahmen der 9. WTO-Ministerkonferenz in Bali 2013 sowie der 10. WTO-Ministerkonferenz in Nairobi 2015 beschlossen wurde. Durch dieses Programm können Importe und Exporte, insbesondere im Hinblick auf Entwicklungsländer, vereinfacht und die Kosten für den grenzüberschreitenden Verkehr um bis zu 10 Prozent gesenkt werden.

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. Vor allem 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 laufende Maßnahmen zur Transformation, Repositionierung und Restrukturierung bei der Vertriebslinie Media-Saturn zielen darauf ab, die Marktposition zu verbessern und die Profitabilität zu steigern, insbesondere im Hinblick auf Fokusthemen wie Konsolidierung des Einkaufs, der Logistik und des Länderportfolios (Chance: ≥ 200 Mio. € EBIT).

Durch die Optimierung von Vertriebskonzepten, die weitere Fokussierung auf Kernzielgruppen und die Modernisierung von Standorten ergibt sich die Chance, neue Kundengruppen zu gewinnen beziehungsweise bestehende Kundenbeziehungen weiter auszubauen. Dafür stellt die METRO GROUP kon-

tinuierlich Investitionsmittel bereit. Die Investitionsstrategie ist darauf ausgerichtet, die Wettbewerbsstärke aller Vertriebsmarken zu sichern und auszubauen sowie die Kunden noch besser und gezielter anzusprechen. Beispiele hierfür sind die neuen innovativen Formate, die deutliche Intensivierung unserer Onlineaktivitäten und des Mehrkanalgeschäfts, die Stärkung unserer Eigenmarken, Franchise-Konzepte sowie die Investitionen in innovative Vertriebsformate und kundennahe Services und Lösungen. Bei allen Vertriebslinien sehen wir erhebliche Chancen in der stetigen Verzahnung von stationärem und elektronischem Handel.

Darüber hinaus sehen wir Chancen in der verstärkten Zusammenarbeit der einzelnen Vertriebslinien, zum Beispiel im Bereich Consumer Electronics. Shop-in-Shop-Konzepte, bei denen wir die Elektronikabteilungen von METRO Cash & Carry durch Media-Markt beziehungsweise Saturn bewirtschaften lassen, testen wir bereits in Russland und der Türkei.

Beim Cash-and-Carry-Geschäft sehen wir zusätzlich großes Potenzial im weiteren Ausbau des Belieferungsgeschäfts, beispielsweise durch ausgewählte M&A-Maßnahmen und die Stärkung unserer B2B-E-Commerce-Aktivitäten (Chance: ≥ 100 Mio. € EBIT), und in der Erschließung zusätzlicher professioneller Kundengruppen. Beispiele hierfür sind im Berichtsjahr die Akquisition von Rungis Express und die beabsichtigte Akquisition von Pro à Pro. Bei Pro à Pro steht das Closing der Transaktion noch aus. Für das Real-Geschäft werden Chancen durch eine strategische Neuausrichtung geschaffen, die sich unter anderem weiterhin darauf fokussiert, Kosten und Strukturen anzupassen, das Vertriebsnetz zu optimieren, die Modernisierung des Ladennetzes voranzutreiben sowie das Onlinegeschäft weiter auszubauen. Mit einem neuen Marktkonzept sollen darüber hinaus Warenangebot und Service stärker auf die individuellen Bedürfnisse verschiedener Kundengruppen abgestimmt und dabei sowohl emotionale als auch rationale Kundenwünsche berücksichtigt werden.

Der Vertrieb über das Internet ist nach wie vor eine wichtige Chance für den künftigen Erfolg unseres Unternehmens. Im Handel verzeichnet das Onlinegeschäft hohe Wachstumsraten. Wir gehen davon aus, dass sich diese Entwicklung auch künftig 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 Vertriebskanal Internet weiter zu stärken. Alle unsere Vertriebslinien sind in Deutschland und in vielen anderen Ländern mit Onlineshops

im Internet präsent. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir kontinuierlich unsere Onlineshops optimiert und dadurch weitere Fortschritte beim Wandel vom rein stationären Anbieter hin zu einem verzahnten Mehrkanalvertrieb erzielt. Gegenüber reinen Internetanbietern schaffen wir damit für die Kunden einen echten Mehrwert.

Aus der dynamischen Entwicklung von Informationstechnologien ergeben sich für uns erhebliche Chancen, die eigenen Prozesse zu optimieren und unseren Kunden neue Lösungen anzubieten (Chance: ≥ 200 Mio. € EBIT). Immer weiter verbreitete und leichter nutzbare Informationstechnologien, wie mobile Kommunikation (Mobile Computing), soziale Medien und Cloud-Lösungen, sind wesentliche Treiber von neuen Innovationsfeldern. Die Implementierung von Lösungen zur Verarbeitung und Analyse großer Datenmengen (Big Data) verspricht eine erhebliche Verbesserung von Marketinginstrumenten, eine effizientere Logistik sowie die Möglichkeit zur Einführung neuer kundenorientierter Produkte und Dienstleistungen. Neue organisatorische Konzepte für die IT (agile Methoden) und moderne technische Architekturen bei neu entwickelten IT-Systemen erlauben eine flexiblere und zeitnahe Anpassung der IT an sich ständig ändernde Kundenbedürfnisse und Marktgegebenheiten. Darüber hinaus beteiligt sich die METRO GROUP an neuen digitalen Services, insbesondere für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry, um so neue Geschäftsfelder zu erschließen oder wesentlichen Kundengruppen, etwa den Gastronomen, ein umfangreicheres Lösungsportfolio anbieten zu können.

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

Die Adaptierbarkeit von Innovationen für unser Unternehmen testen wir zunächst im Rahmen von Pilotprojekten und durch Beteiligungen an interessanten Start-up-Unternehmen. Im Geschäftsjahr 2015/16 hat sich die METRO GROUP beispielsweise an den Start-up-Unternehmen Shore, einem Marktführer von webbasierten Businesslösungen für lokale Dienstleister in Europa, sowie Orderbird, dem führenden iPad-Kassensystem für Gastronomie im deutschsprachigen

Raum, beteiligt. In Kooperation mit dem amerikanischen Unternehmen Techstars haben wir zudem den METRO Accelerator powered by Techstars eingeführt, der im Berichtsjahr bereits zum zweiten Mal gestartet wurde. Als globales Handelsunternehmen verfolgen wir damit weltweit die Trends rund um die Gastronomie 2.0 und fördern digitale Lösungen von innovativen Start-up-Unternehmen für Gastronomie, Hotellerie und Catering. Analog hat Media-Saturn mit dem Spacelab Accelerator ebenfalls ein Programm für Start-ups geschaffen.

Die demografische Entwicklung bietet eine weitere Chance für die METRO GROUP. Die alternde Bevölkerung in Westeuropa und die zunehmende Konzentration auf wirtschaftliche und kulturelle Zentren prägen die aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse unserer Kunden. Generell sind die Standorte unserer Vertriebslinien leicht und in der Regel barrierefrei erreichbar. Zudem stellen sich die Filialen mit Beratung und Warensortiment auf die Bedürfnisse der Kunden aller Altersgruppen ein. Damit sehen wir gute Chancen, zusätzliche Marktanteile zu gewinnen.

Leistungswirtschaftliche Chancen

Zusätzlich zur konsequenten Erschließung von Kostensenkungspotenzialen schaffen Produktivitätssteigerungen, insbesondere durch Prozessoptimierungen, die Basis für nachhaltigen Erfolg. Hierzu gehören zahlreiche Vorhaben, die wir bereits initiiert haben und weiterhin konsequent umsetzen werden. Dazu zählen der Ausbau unserer Belieferungsaktivitäten und die Erhöhung des Anteils der margenstarken Eigenmarken am Gesamtumsatz. Sollten wir mit der Umsetzung weiterer Produktivitätsverbesserungen größere Fortschritte machen als derzeit erwartet, könnte sich dies positiv auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken.

Außer der Kostenkomponente sind Qualität und Frische wichtige Unterscheidungsmerkmale, die insbesondere bei Lebensmitteln relevant sind. Durch Mitarbeiter, die kontinuierlich die Qualität überprüfen und sicherstellen, können wir uns hier vom Wettbewerb absetzen und eine Kundenwahrnehmung schaffen, die sich positiv auf Umsatz und Ertrag auswirkt. Darüber hinaus planen wir ein neues Logistiknetzwerk mit dem größten Handelslogistikpark Deutschlands in Marl. Durch neue Logistikcenter und eine stärkere Zentralisierung der Warenströme werden Warenverfügbarkeit sowie Produktqualität und -frische erhöht.

Das Thema Nachhaltigkeit wird global weiter an Bedeutung gewinnen und die diesbezüglichen Erwartungen von Kunden, Mitarbeitern, Investoren, Politik und Gesellschaft wer-

den zunehmen. Indem wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie weiter konsequent umsetzen, werden die METRO GROUP sowie ihre Vertriebslinien und Eigenmarken für diese Stakeholdergruppen attraktiver. Beispielsweise steigt durch die erneute Auszeichnung als Industry Leader im Dow Jones Sustainability Index die Attraktivität unserer Aktie bei nachhaltig orientierten Investoren und eröffnet uns Zugang zu verbesserten Konditionen.

Weitere Chancen ergeben sich aus Maßnahmen zur Reduzierung unserer spezifischen Treibhausgasemissionen. Unser Klimaschutzziel erfordert zwar Investitionen, die aber bedingt durch niedrigere Kosten, vor allem für Energie, mittel- und langfristig zu Einsparungen führen, die sowohl finanziell als auch ökologisch Vorteile und Verbesserungen bieten. Durch unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten in unseren Märkten und Zentralen, beispielsweise die Erarbeitung eines nachhaltigeren Sortiments und Serviceangebots, sowie unser gesellschaftliches Engagement verbessert sich unsere Reputation bei Selbstständigen wie Verbrauchern. Mittelfristig wird das zur Umsatzsteigerung beitragen.

Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG werden regelmäßig über die Risiko- und Chancensituation des Unternehmens informiert. Insgesamt hält sich das Risiko-Chancen-Profil der METRO GROUP auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr. Für die Beurteilung der gegenwärtigen Situation wurden die Risiken und Chancen nicht nur isoliert betrachtet, sondern es wurden auch Interdependenzen analysiert und entsprechend ihrer Wahrscheinlichkeit und ihrer Auswirkung bewertet. Die Beurteilung hat ergeben, dass die Risiken insgesamt beherrschbar sind. Die identifizierten Risiken stellen sowohl einzeln als auch in ihrer Gesamtheit keine den Fortbestand des Konzerns gefährdenden Risiken im Hinblick auf Illiquidität oder Überschuldung im Zeitraum von mindestens einem Jahr dar. Wir sind zuversichtlich, dass die Ertragskraft der METRO GROUP eine solide Basis für eine nachhaltige sowie positive Geschäftsentwicklung und die Nutzung vielfältiger Chancen bietet. Diese Einschätzung spiegelt sich in der Bewertung der von uns beauftragten international führenden und unabhängigen Ratingagentur Standard & Poor's wider. Die Kreditwürdigkeit wird unverändert im Investmentgrade-Bereich BBB- mit stabilem Ausblick eingestuft. Grundlegende Änderungen der Risiko- und Chancelage erwartet der Vorstand der METRO AG derzeit nicht.

– VERGÜTUNGSBERICHT

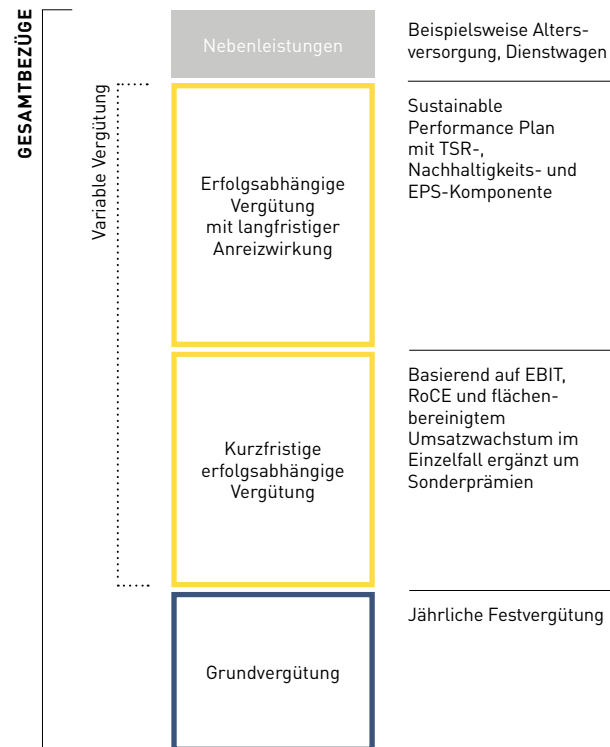
Der nachstehende Bericht stellt die Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der METRO AG für das Geschäftsjahr 2015/16 nach Maßgabe des Handelsgesetzbuchs und des Deutschen Corporate Governance Kodex dar. Darüber hinaus werden in diesem Bericht die Vergütungssysteme beschrieben und auch Informationen zur anteilsbasierten Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP gegeben.

Das Vergütungssystem für den Vorstand wird durch den Aufsichtsrat der METRO AG beschlossen und von seinem Personalausschuss vorbereitet. Das zum Vorjahr unverändert bestehende Vergütungssystem wurde von der Hauptversammlung am 20. Februar 2015 mit 99,6 Prozent der abgegebenen Stimmen gebilligt. Die Funktionsweise des Systems wird nachfolgend beschrieben.

Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands

Die Vorstandsvergütung setzt sich zusammen aus einer Grundvergütung und zwei variablen Komponenten: der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung sowie der erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung. Zusätzlich gewährt das Unternehmen eine betriebliche Altersversorgung und weitere Nebenleistungen.

Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands



(Schematische Darstellung)

Die Grundvergütung und die variable Vergütung sind im Regelfall für neue Mitglieder des Vorstands in den ersten beiden Dienstjahren prozentual gemindert.

Die Gesamtbezüge sowie die einzelnen Vergütungskomponenten stehen in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben und Leistungen des jeweiligen Mitglieds des Vorstands sowie zur Lage der Gesellschaft und erfüllen die gesetzlichen Anforderungen an die Üblichkeit von Vergütungen. Die variable Vergütung setzt Leistungsanreize für den Vorstand, den Unternehmenswert zu steigern, und ist auf eine nachhaltige und langfristige Unternehmensentwicklung ausgerichtet.

Grundvergütung

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

Kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung (Short-Term Incentive / Sonderprämien)

Das Short-Term Incentive honoriert die operative Unternehmensentwicklung anhand von drei finanziellen, auf das jeweilige Geschäftsjahr bezogenen Erfolgszielen, die je mit einem Drittel gewichtet werden.

Für jedes Vorstandsmitglied wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgelegt. Der Auszahlungsbetrag ergibt sich durch Multiplikation des Zielbetrags mit dem Faktor der Gesamtziel-erreichung. Dieser berechnet sich durch Ermittlung der jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundeten Zielerreichungsfaktoren für jedes der drei finanziellen Erfolgsziele. Das arithmetische Mittel der Faktoren, ebenfalls auf zwei Nachkommastellen gerundet, ergibt den Gesamtzielerreichungsfaktor. Die Gesamtzielerreichung ist auf den Faktor 2,0 begrenzt (Auszahlungscap).

Das Short-Term Incentive beruht auf den Parametern

- Ergebnis vor Abzug von Zinsaufwendungen und Steuern / Earnings Before Interest and Taxes (EBIT) des METRO-Konzerns,
- Rendite auf das eingesetzte Kapital / Return on Capital Employed (RoCE) des METRO-Konzerns und
- flächenbereinigtes Umsatzwachstum / Like-for-like Sales Growth des METRO-Konzerns; der Begriff bezeichnet das Umsatzwachstum in Lokalwährung auf vergleichbarer Fläche beziehungsweise bezogen auf ein vergleichbares Panel an Standorten.

Für jeden der drei Parameter werden im Regelfall vor Beginn des Geschäftsjahres durch den Aufsichtsrat Erfolgsziele festgelegt. Basis für die Ermittlung der Ziele ist die Budgetplanung, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedarf. Zur Ermittlung der Zielerreichung definiert der Aufsichtsrat für jedes Erfolgsziel eine untere Schwelle (Eintrittshürde) und einen Zielwert für die Zielerreichung von 100 Prozent. Dem jeweiligen Grad der Zielerreichung für jedes Erfolgsziel wird ein Faktor zugeordnet:

- Ist der Grad der Zielerreichung 100 Prozent, beträgt der Faktor 1,0.
- Ist der Grad der Zielerreichung kleiner oder gleich der Eintrittshürde, so ist der Faktor 0,0.

- Der Faktor für eine Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 100 Prozent wird mittels linearer Interpolation ermittelt.

Für die Ermittlung der Zielerreichung wird jeweils auf das um Sonderfaktoren und Wechselkursänderungen bereinigte Ergebnis abgestellt. Ein Sonderfaktor ist ein Geschäftsvorfall beziehungsweise ein Bündel gleichartiger Geschäftsvorfälle mit Einmalcharakter, der die operative Geschäftstätigkeit signifikant in ihrer Aussagekraft beeinflusst und sich aufwands- oder ertragswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung niederschlägt. Der Aufsichtsrat legt im Regelfall vor Beginn des zu incentivierenden Geschäftsjahres fest, welche Geschäftsvorfälle als Sonderfaktoren bei der Ermittlung der Vorstandsvergütung bereinigt werden. Eine Bereinigung von Wechselkursänderungen erfolgt insoweit, als diese nicht den im Budget unterstellten Prämissen entsprechen.

Um die individuelle Leistungsbezogenheit der Vorstandsvergütung sicherzustellen, behält sich der Aufsichtsrat der METRO AG generell das Recht vor, das individuelle Short-Term Incentive nach seinem Ermessen um bis zu 30 Prozent zu reduzieren oder um bis zu 30 Prozent zu erhöhen.

Für das Short-Term Incentive im Geschäftsjahr 2015/16 wurden individuell folgende Zielbeträge und Auszahlungscaps zugrunde gelegt:

€ p. a.	Zielbetrag des Short-Term Incentive für das Geschäftsjahr 2015/16	Begrenzung der Auszahlung für das Geschäftsjahr 2015/16
Olaf Koch	1.200.000	2.400.000
Pieter C. Boone ¹	720.000	1.440.000
Mark Frese	900.000	1.800.000
Pieter Haas	900.000	1.800.000
Heiko Hutmacher	900.000	1.800.000

¹ Mitglied des Vorstands seit 1. Juli 2015

Zusätzlich kann der Aufsichtsrat Mitgliedern des Vorstands für besondere außerordentliche Leistungen Sonderprämien gewähren.

Die kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung der Mitglieder des Vorstands wird im Regelfall vier Monate nach dem Ende eines Geschäftsjahres zur Zahlung fällig.

Erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive)

Das Long-Term Incentive ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und hat eine mehrjährige Bemessungsgrundlage.

Sustainable Performance Plan Version 2014 (2014/15–2017/18)

Nachdem im Geschäftsjahr 2013/14 die erste Tranche des Sustainable Performance Plan begeben wurde, hat der Aufsichtsrat der METRO AG am 10. Dezember 2014 die Anpassung des Sustainable Performance Plan ab dem Geschäftsjahr 2014/15 beschlossen: den sogenannten Sustainable Performance Plan Version 2014 mit einer Planlaufzeit von vier Tranchen bis zum Geschäftsjahr 2017/18. Der Sustainable Performance Plan Version 2014 setzt durch die Einbindung eines weiteren Erfolgsziels einen noch stärkeren Anreiz für eine langfristige und nachhaltige Unternehmensentwicklung der METRO GROUP unter Berücksichtigung der langfristigen Erwartungen der Aktionäre und der weiteren Stakeholder sowie der ökologischen Verantwortung. Zur Messung der Performance werden neben anteilsbasierten Kennzahlen und dem internen Wachstum auch qualitative Aspekte der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Unternehmensführung einbezogen. Für die Tranche 2014/15 des Sustainable Performance Plan Version 2014 gilt eine dreijährige Performance-Periode. Ab der im Geschäftsjahr 2015/16 gewährten Tranche beträgt die Performance-Periode vier Jahre.

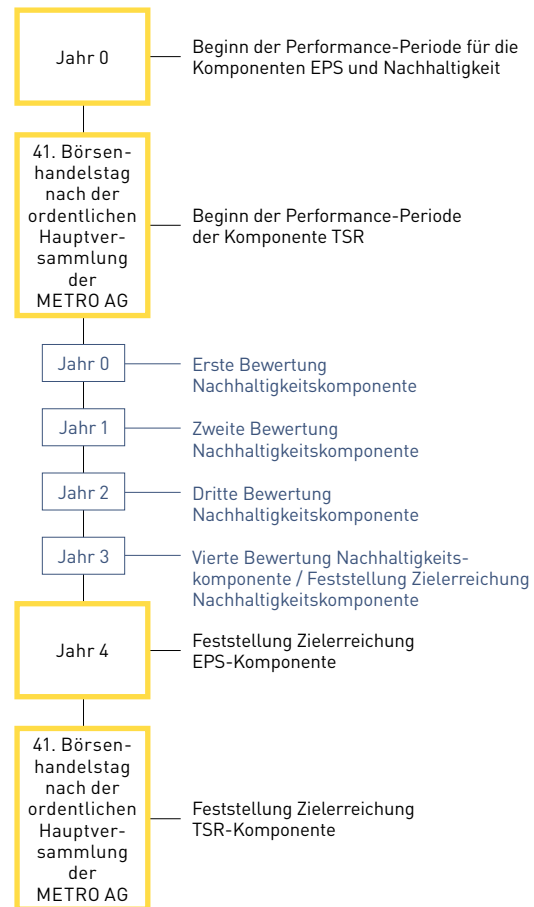
Für jedes Vorstandsmitglied wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgelegt. Der Auszahlungsbetrag ergibt sich durch Multiplikation des Zielbetrags mit dem Faktor der Gesamtzielerreichung. Dieser berechnet sich durch Ermittlung der jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundeten Zielerreichungsfaktoren für jedes der drei Erfolgsziele. Das arithmetische Mittel der Faktoren, ebenfalls auf zwei Nachkommastellen gerundet, ergibt den Gesamtzielerreichungsfaktor. Der Auszahlungsbetrag ist auf maximal 250 Prozent des Zielbetrags begrenzt (Auszahlungscap). Für den Fall der Beendigung der Tätigkeit sind gesonderte Regelungen zur Auszahlung von Tranchen vereinbart.

Der Sustainable Performance Plan Version 2014 beruht auf den drei Erfolgszielen

- Aktienrendite / Total Shareholder Return (TSR),
- Nachhaltigkeit und
- Ergebnis pro Aktie / Earnings per Share (EPS).

Der zeitliche Ablauf des Sustainable Performance Plan Version 2014 strukturiert sich wie folgt:

Zeitlicher Ablauf Sustainable Performance Plan Version 2014 (vierjährige Performance-Periode)



(Schematische Darstellung)

Für die Berechnung des Zielerreichungsfaktors der **TSR-Komponente**, die daran gemessen wird, wie sich die Aktienrendite der METRO-Stammaktie im Performance-Zeitraum relativ zu einem definierten Vergleichsindex entwickelt, werden über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung der METRO AG im Gewährungs-jahr die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Anfangskurs. Am 41. Börsenhandelstag nach der ordentlichen Hauptversamm-

lung beginnt die Performance-Periode für die jeweilige Tranche. Wiederum über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung drei Jahre beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier Jahre nach Ermittlung des Anfangskurses und Begebung der jeweiligen Tranche werden die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird erneut der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Endkurs. Dabei berechnet sich der TSR aus der Veränderung des METRO-Aktienkurses und der Summe der hypothetisch reinvestierten Dividenden über die Performance-Periode in Relation von Endkurs zu Anfangskurs als Prozentsatz.

Der so errechnete METRO-TSR wird mit dem TSR des STOXX Europe 600 Retail Index (Index-TSR) in der Performance-Periode verglichen und der Faktor für die Berechnung der TSR-Komponente wie folgt ermittelt:

- Ist der METRO-TSR identisch mit dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 1,0,
- liegt der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte oder mehr unter dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 0,0,
- ist der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte größer als der Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 30 Prozentpunkten berechnet sich der TSR-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Für die Ermittlung des Zielerreichungsfaktors der **Nachhaltigkeitskomponente** nimmt die METRO AG in jedem Jahr der drei- beziehungsweise vierjährigen Performance-Periode des Sustainable Performance Plan Version 2014 am Corporate Sustainability Assessment teil, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food and Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Dieser Rang dient S&P Dow Jones Indices als Entscheidungsgrundlage für die Aufnahme in seine Dow Jones Sustainability Indices (DJSI). Jedes Jahr wird die METRO AG von der RobecoSAM AG über ihren entsprechenden Rang informiert. Aus den drei beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier während der Performance-Periode von der RobecoSAM AG mitgeteilten Rängen je Tranche wird der Durchschnitt – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen – ermittelt. Abhängig vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor

für die Nachhaltigkeitskomponente der Tranchen 2014/15 und 2015/16 wie folgt:

Durchschnittsrang (kaufmännisch gerundet)	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2014/15	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2015/16
1	3,00	3,00
2	3,00	2,50
3	2,50	2,00
4	2,00	1,50
5	1,50	1,25
6	1,25	1,00
7	1,00	0,75
8	0,67	0,50
9	0,33	0,25
Unter 9	0,00	0,00

Für die im Sustainable Performance Plan Version 2014 eingeführte **EPS-Komponente** ermittelt sich der Zielerreichungsfaktor wie folgt: Der Aufsichtsrat beschließt im Regelfall zu Beginn des Geschäftsjahres einen EPS-Zielwert (vor Sonderfaktoren) für das dritte beziehungsweise vierte Jahr der EPS-Performance-Periode, eine untere Schwelle/Einstiegschürde sowie eine obere Schwelle für 200 Prozent Zielerreichung. Der tatsächlich erreichte EPS-Wert der Performance-Periode wird mit den beschlossenen Werten verglichen und der Faktor für die Berechnung der EPS-Komponente wird wie folgt ermittelt:

- Wird der EPS-Zielwert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 1,0,
- wird lediglich die untere Einstiegshürde oder ein darunter liegender Wert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 0,0,
- bei einer Zielerreichung von 200 Prozent beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 200 Prozent berechnet sich der EPS-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Sustainable Performance Plan (2013/14)

Nachdem im Rumpfgeschäftsjahr 2013 die letzte Tranche des Performance Share Plan begeben wurde, hat der Aufsichtsrat der METRO AG am 10. Dezember 2013 den Sustainable Performance Plan beschlossen, dessen Tranche mit dreijähriger Performance-Periode im Geschäftsjahr 2013/14 ausgegeben wurde.

Für jedes Vorstandsmitglied wurde zunächst ein Zielbetrag in Euro festgesetzt. Er ist zu 75 Prozent abhängig von der TSR-Komponente und zu 25 Prozent von der Nachhaltigkeitskomponente.

Die Berechnung der **TSR-Komponente** folgt der für den Sustainable Performance Plan Version 2014 beschriebenen Systematik; der Faktor für die TSR-Komponente beträgt jedoch maximal 3,0 (Cap). Ferner gilt die folgende zusätzliche Bedingung, sofern der TSR-Faktor positiv ist: Eine Auszahlung von 75 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem TSR-Faktor erfolgt nur dann, wenn der ermittelte Endkurs der METRO-Aktie nicht kleiner ist als der Anfangskurs. Ist diese Bedingung nicht erfüllt, wird der errechnete Betrag zunächst nicht ausbezahlt. Ein Anspruch auf Auszahlung besteht in diesem Fall erst dann, wenn innerhalb von drei Jahren nach Ablauf der Performance-Periode der Xetra-Schlusskurs der METRO-Stammaktie über 40 aufeinanderfolgende Börsenhandelstage größer oder gleich dem Anfangskurs ist. Wird diese Bedingung nicht innerhalb der drei Jahre nach Ablauf der Performance-Periode erfüllt, erfolgt keine Auszahlung der TSR-Komponente der Tranche.

Für die Ermittlung des Faktors der **Nachhaltigkeitskomponente** gilt ebenfalls die beschriebene Systematik des Sustainable Performance Plan Version 2014, wobei sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente in Abhängigkeit vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode wie folgt ergibt:

Durchschnittsrang (kaufmännisch gerundet)	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2013/14
1	3,00
2	3,00
3	3,00
4	2,50
5	2,00
6	1,50
7	1,25
8	1,00
9	0,50
Unter 9	0,00

Dabei gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 25 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem Nachhaltigkeitsfaktor erfolgt nur unter der Bedingung, dass der Rang der METRO AG in keinem Jahr der Performance-Periode mehr als zwei Ränge geringer ist als der letzte veröffentlichte Rang

vor Begebung der Tranche, sonst beträgt der Faktor aus der Nachhaltigkeitskomponente null.

Performance Share Plan (2009–2013)

Durch Beschluss des Personalausschusses des Aufsichtsrats und mit Zustimmung des Aufsichtsrats hat die METRO AG 2009 einen auf fünf Jahre angelegten Performance Share Plan eingeführt, dessen letzte Tranche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgegeben wurde. Für jedes Mitglied des Vorstands wurde zunächst ein Zielwert in Euro festgesetzt. Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wurde der Zielwert durch den Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich war dabei der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Zuteilungszeitpunkt. Ein Performance Share berechtigt zu einer Barauszahlung in Euro in Höhe des Kurses der METRO-Aktie zum Auszahlungszeitpunkt. Auch hier ist der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Auszahlungszeitpunkt maßgeblich.

In Abhängigkeit von der relativen Performance der METRO-Aktie im Vergleich zum Mittelwert aus den Aktienindizes DAX 30 und 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 (Cap) liegt beim Fünffachen des Zielwerts.

Mit dem Performance Share Plan wurden zugleich sogenannte Share Ownership Guidelines eingeführt: Als Voraussetzung für die Auszahlung der Performance Shares sind die Mitglieder des Vorstands verpflichtet, bis zum Ablauf der dreijährigen Sperrfrist ein eigenfinanziertes Investment in METRO-Aktien

aufzubauen und zu halten. Dadurch partizipieren sie als Aktionäre unmittelbar an Kursanstiegen, aber gegebenenfalls auch an Kursverlusten der METRO-Aktie. Das Aktieninvestment unterstützt die langfristige und auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtete Ausgestaltung des Vergütungssystems und führt zu einer ausgewogenen Aufteilung zwischen den verschiedenen Vergütungskomponenten. Das eigenfinanzierte Investment gilt für die gesamte Laufzeit des Performance Share Plan.

Altersversorgung

Im Jahr 2009 wurde für die Mitglieder des Vorstands eine betriebliche Altersversorgung in Form einer Direktzusage mit einer beitragsorientierten und einer leistungsorientierten Komponente eingeführt.

Die Finanzierung der beitragsorientierten Komponente erfolgt gemeinsam durch den Vorstand und das Unternehmen. Dabei gilt die Aufteilung „7+7+7“. Sofern das Vorstandsmitglied einen Eigenbeitrag von 7 Prozent seiner definierten Bemessungsgrundlage erbringt, fügt das Unternehmen den gleichen Beitrag hinzu. In Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Lage leistet das Unternehmen darüber hinaus einen Zusatzbeitrag in nochmals gleicher Höhe. Aufgrund des gesamtwirtschaftlichen Umfelds wurde dieser Zusatzbeitrag im Berichtsjahr weiterhin ausgesetzt. Bei Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds vor Eintritt eines Versorgungsfalls bleiben die Beiträge mit dem erreichten Stand erhalten. Die beitragsorientierte Komponente ist über die Hamburger Pensionsrückdeckungskasse VVaG (HPR) kongruent rückgedeckt. Die Verzinsung der Beiträge erfolgt nach Maßgabe der Satzung der HPR zur Überschussbeteiligung mit einer Garantie auf die eingezahlten Beiträge.

Anspruch auf Versorgungsleistungen besteht

- dann, wenn das Dienstverhältnis mit oder nach Erreichen der Regelaltersgrenze in der deutschen gesetzlichen Rentenversicherung endet,
- als vorzeitige Altersleistung, wenn das Dienstverhältnis nach Vollendung des 60. Lebensjahres beziehungsweise nach Vollendung des 62. Lebensjahres für Versorgungszusagen, die nach dem 31. Dezember 2011 erteilt wurden, und vor Erreichen der Regelaltersgrenze endet,
- im Fall der Invalidität oder des Todes, sofern die entsprechenden Leistungsvoraussetzungen erfüllt sind.

Bezüglich der Auszahlung besteht ein Wahlrecht zwischen Kapital, Ratenzahlungen und lebenslanger Rente. Bei Invalidität oder Tod wird eine Mindestauszahlung gewährt. Hierbei wird das bestehende Versorgungsguthaben um die Summe der Beiträge aufgestockt, die dem Vorstandsmitglied für jedes Kalenderjahr bis zu einer Beitragszeit von insgesamt zehn Jahren, maximal jedoch bis zur Vollendung des 60. Lebensjahres, künftig noch gutgeschrieben worden wären. Diese leistungsorientierte Komponente ist nicht rückgedeckt, sondern wird im Versorgungsfall unmittelbar vom Unternehmen erbracht.

Weiterhin wird den Mitgliedern des Vorstands seit 2015 die Möglichkeit eingeräumt, künftige Entgeltbestandteile aus der Grundvergütung und der variablen Vergütung im Rahmen einer steuerbegünstigten Entgeltumwandlung in Anwartschaften auf betriebliche Altersversorgung bei der Hamburger Pensionsrückdeckungskasse VVaG umzuwandeln.

Weitere Leistungen für den Fall der Beendigung der Tätigkeit

Die aktiven Mitglieder des Vorstands erhalten über die beschriebene Altersversorgung hinaus keine Leistungen für den Fall der Beendigung ihrer Tätigkeit. Es werden insbesondere keine Ruhegelder gewährt. Im Falle des Todes eines Vorstandsmitglieds während der aktiven Dienstzeit wird den Hinterbliebenen die Grundvergütung für den Sterbemonat sowie für weitere sechs Monate gezahlt.

Nebeneleistungen

Die den Mitgliedern des Vorstands gewährten Nebeneleistungen umfassen geldwerte Vorteile aus Sachbezügen (zum Beispiel Dienstwagen). Die Dienstwagenrichtlinie beinhaltet als Nachhaltigkeitskriterium – analog zu der Dienstwagenregelung für die Führungskräfte der METRO GROUP – eine Grenze für den CO₂-Ausstoß von Dienstwagen und auch ein Cap für die mit der privaten Nutzung von Dienstwagen verbundenen geldwerten Vorteile.

Sonstiges

Die Mitglieder des Vorstands der METRO AG haben keinen Anspruch auf zusätzliche Vergütungen oder besondere Leistungen aufgrund eines Wechsels der Beherrschung (Change of Control).

Vergütung des Vorstands im Geschäftsjahr 2015/16¹

Tsd. €	Geschäftsjahr	Grundvergütung	Nebenleistungen	Erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung			Gesamt ⁴	(Effektive Vergütung ⁵)
				Kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung ²	Wert der gewährten Tranche ³	(Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen)		
Olaf Koch	2014/15	1.200	36	3.442	2.301	(0)	6.979	(4.678)
	2015/16	1.200	41	1.277	2.624	(0)	5.142	(2.518)
Pieter C. Boone ⁶	2014/15	180	33	224	0	(0)	437	(437)
	2015/16	720	18	702	1.575	(0)	3.015	(1.440)
Mark Frese	2014/15	900	47	2.620	1.726	(0)	5.293	(3.567)
	2015/16	900	79	878	1.968	(0)	3.825	(1.857)
Pieter Haas	2014/15	810	61	1.951	1.726	(0)	4.548	(2.822)
	2015/16	900	146	958	1.968	(0)	3.972	(2.004)
Heiko Hutmacher	2014/15	900	63	1.732	1.726	(0)	4.421	(2.695)
	2015/16	900	56	878	1.968	(0)	3.802	(1.834)
Gesamt	2014/15	3.990	240	9.969	7.479	(0)	21.678	(14.199)
	2015/16	4.620	340	4.693	10.103	(0)	19.756	(9.653)

¹Angaben nach HGB § 285 Satz 1 Nr. 9 a beziehungsweise § 314 Abs. 1 Nr. 6 a (ohne Altersversorgungsaufwendungen)²Für das Geschäftsjahr 2014/15 sind in der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung neben dem Short-Term Incentive Sonderprämien für den Verkauf von Galeria Kaufhof enthalten³Dargestellt ist der Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung der Tranche⁴Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung und Wert der gewährten Tranche des Long-Term Incentive⁵Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung und Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen des Long-Term Incentive⁶Mitglied des Vorstands seit 1. Juli 2015

Nach den Tabellen „Gewährte Zuwendungen“ und „Zufluss“ gemäß dem Deutschen Corporate Governance Kodex stellt sich die Vergütung des Vorstands wie folgt dar:

Gewährte Zuwendungen

Tsd. €	<u>Olaf Koch</u>				<u>Pieter C. Boone</u>				<u>Mark Frese</u>			
	Vorsitzender des Vorstands seit 1.1.2012 Mitglied des Vorstands seit 14.9.2009				Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich METRO Cash & Carry Mitglied des Vorstands seit 1.7.2015				Finanzvorstand Mitglied des Vorstands seit 1.1.2012			
	2014/15	2015/16	2015/16	2015/16	2014/15	2015/16	2015/16	2015/16	2014/15	2015/16	2015/16	2015/16
		Minimalwert	Maximalwert			Minimalwert	Maximalwert			Minimalwert	Maximalwert	
Festvergütung	1.200	1.200	1.200	1.200	180	720	720	720	900	900	900	900
Nebenleistungen	36	41	41	41	33	18	18	18	47	79	79	79
Summe	1.236	1.241	1.241	1.241	213	738	738	738	947	979	979	979
Einjährige variable Vergütung ¹	1.200	1.200	0	2.400	180	720	0	1.440	900	900	0	1.800
Mehrjährige variable Vergütung ²												
Sustainable Performance Plan Version 2014 (Gewährung 22.4.2015, Ende Performance-Periode: 41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung drei Jahre nach Begebung der Tranche)	2.301	-	-	-	0	-	-	-	1.726	-	-	-
Sustainable Performance Plan Version 2014 (Gewährung 20.4.2016, Ende Performance-Periode: 41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung vier Jahre nach Begebung der Tranche)	-	2.624	0	4.000	-	1.575	0	2.400	-	1.968	0	3.000
Summe	4.737	5.065	1.241	7.641	393	3.033	738	4.578	3.573	3.847	979	5.779
Versorgungsaufwand	169	169	169	169	32	135	135	135	128	127	127	127
Gesamtvergütung	4.906	5.234	1.410	7.810	425	3.168	873	4.713	3.701	3.974	1.106	5.906

¹ Die hier angegebenen Werte beziehen sich auf das Short-Term Incentive ohne gegebenenfalls zusätzlich gewährte Sonderprämien

² Dargestellt ist der Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung der Tranche

Pieter Haas				Heiko Hutmacher			
Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich Media-Saturn Mitglied des Vorstands seit 1.4.2013				Arbeitsdirektor Mitglied des Vorstands seit 1.10.2011			
2014/15	2015/16	2015/16	2015/16	2014/15	2015/16	2015/16	2015/16
		Minimal- wert	Maximal- wert			Minimal- wert	Maximal- wert
810	900	900	900	900	900	900	900
61	146	146	146	63	56	56	56
871	1.046	1.046	1.046	963	956	956	956
810	900	0	1.800	900	900	0	1.800
1.726	-	-	-	1.726	-	-	-
-	1.968	0	3.000	-	1.968	0	3.000
3.407	3.914	1.046	5.846	3.589	3.824	956	5.756
137	129	129	129	128	127	127	127
3.544	4.043	1.175	5.975	3.717	3.951	1.083	5.883

Zufluss

Tsd. €	Olaf Koch		Pieter C. Boone		Mark Frese		Pieter Haas		Heiko Hutmacher	
	Vorsitzender des Vorstands seit 1.1.2012 Mitglied des Vorstands seit 14.9.2009		Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich METRO Cash & Carry Mitglied des Vorstands seit 1.7.2015		Finanzvorstand Mitglied des Vorstands seit 1.1.2012		Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich Media-Saturn Mitglied des Vorstands seit 1.4.2013		Arbeitsdirektor Mitglied des Vorstands seit 1.10.2011	
	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15
Festvergütung	1.200	1.200	720	180	900	900	900	810	900	900
Nebenleistungen	41	36	18	33	79	47	146	61	56	63
Summe	1.241	1.236	738	213	979	947	1.046	871	956	963
Einjährige variable Vergütung ¹	1.277	3.442	702	224	878	2.620	958	1.951	878	1.732
Mehrjährige variable Vergütung										
Performance Share Plan (Gewährung 10.8.2011, Ende Sperrfrist 10.8.2014, Ende Laufzeit 10.11.2015)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Performance Share Plan (Gewährung 1.4.2012, Ende Sperrfrist 1.4.2015, Ende Laufzeit 1.7.2016)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstiges	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	2.518	4.678	1.440	437	1.857	3.567	2.004	2.822	1.834	2.695
Versorgungsaufwand	169	169	135	32	127	128	129	137	127	128
Gesamtvergütung	2.687	4.847	1.575	469	1.984	3.695	2.133	2.959	1.961	2.823

¹Für das Geschäftsjahr 2014/15 sind in der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung neben dem Short-Term Incentive Sonderprämien für den Verkauf von Galeria Kaufhof enthalten

Long-Term Incentive im Geschäftsjahr 2015/16

Der Zielbetrag für die Tranche 2015/16 beträgt für Herrn Koch 1,6 Mio. €, für die Herren Frese, Haas und Hutmacher 1,2 Mio. € und für Herrn Boone 0,96 Mio. €. Der Wert der im Geschäftsjahr 2015/16 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 wurde zum Zeitpunkt der Gewährung durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan /
Sustainable Performance Plan Version 2014

Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag Vorstand zum 30.9.2016
2013/14	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	4.960.000 €
2014/15	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	31,69 €	5.365.000 €
2015/16	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, vier Jahre nach Begebung der Tranche	25,53 €	6.160.000 €

Die im Geschäftsjahr 2015/16 aktiven Mitglieder des Vorstands verfügen außer über die in diesem Geschäftsjahr ausgegebene Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 über Zuteilungen aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen des Long-Term Incentive: Herr Koch über die Tranche 2013 des Performance Share Plan sowie die Tranchen 2013/14 und 2014/15 des Sustainable Performance Plan, Herr Frese über die Tranchen 2013/14 und 2014/15 des Sustainable Performance Plan, Herr Haas über die Tranche 2013 des Performance Share Plan sowie die Tranchen 2013/14 und 2014/15 des Sustainable Performance Plan und Herr Hutmacher über die Tranchen 2013/14 und 2014/15 des Sustainable Performance Plan. Herr Boone verfügt aus der Zeit seiner Tätigkeit für die METRO GROUP vor der Bestellung zum Mitglied des Vorstands über die Tranche 2013 des Performance Share Plan sowie über die Tranche 2014/15 des Sustainable Performance Plan.

Performance Share Plan

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares Vorstand zum 30.9.2016
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	Verfallen
2011	August 2014	41,73 €	Verfallen
2012	April 2015	29,18 €	Verfallen
2013	April 2016	22,84 €	116.463

Aus der Tranche 2013, deren Sperrfrist im April 2016 endete, erfolgten im Geschäftsjahr 2015/16 keine Auszahlungen an die Mitglieder des Vorstands.

Im Geschäftsjahr 2015/16 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen erfolgsabhängiger Vergütungsprogramme mit langfristiger Anreizwirkung ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 2,26 Mio. €, betreffend Herrn Boone 0,30 Mio. €, betreffend Herrn Haas 1,58 Mio. € und betreffend Herrn Frese und Herrn Hutmacher jeweils 1,45 Mio. €.

Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit im Geschäftsjahr 2015/16 (einschließlich Altersversorgung)

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden für die aktiven Mitglieder des Vorstands der METRO AG nach IFRS (International Financial Reporting Standards) 0,69 Mio. € und nach HGB 0,62 Mio. € für Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit aufgewendet (2014/15 nach IFRS 0,59 Mio. € und nach HGB 0,62 Mio. €). Davon entfielen nach IFRS auf die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,169 Mio. €, von Herrn Boone rund 0,135 Mio. €, von Herrn Haas rund 0,129 Mio. € und von Herrn Frese und Herrn Hutmacher jeweils rund 0,127 Mio. €.

Die entsprechenden Werte nach HGB betragen für die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,160 Mio. €, von Herrn Boone rund 0,119 Mio. €, von Herrn Hutmacher rund 0,116 Mio. € und von Herrn Frese und Herrn Haas jeweils rund 0,113 Mio. €.

Der Rückstellungsbetrag nach IFRS und nach HGB beträgt für Herrn Koch rund 0,004 Mio. €, für Herrn Frese rund 0,007 Mio. €, für Herrn Hutmacher rund 0,007 Mio. €, für Herrn Boone nach IFRS rund 0,057 Mio. € und nach HGB rund 0,053 Mio. € sowie für Herrn Haas nach IFRS rund 0,055 Mio. € und nach HGB rund 0,052 Mio. €.

Der Barwert des Verpflichtungsvolumens nach IFRS und nach HGB beträgt für Herrn Koch rund 2,3 Mio. €, für Herrn Boone rund 0,4 Mio. €, für Herrn Frese rund 1,4 Mio. €, für Herrn Haas rund 1,0 Mio. € und für Herrn Hutmacher rund 1,4 Mio. €. Dem Barwert des Verpflichtungsvolumens stehen bis auf die im vorherigen Absatz genannten Rückstellungsbeträge Vermögenswerte gegenüber.

Gesamtbezüge Geschäftsjahr 2015/16 der früheren Mitglieder des Vorstands

Für frühere Mitglieder des Vorstands der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie ihre Hinterbliebenen wurden Leistungen in Höhe von 3,4 Mio. € (2014/15: 3,4 Mio. €) erbracht.

Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen nach IFRS beträgt 53,2 Mio. € (30.9.2015: 49,5 Mio. €).

Der entsprechende Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen nach HGB beträgt 40,4 Mio. € (30.9.2015: 41,4 Mio. €).

Long-Term Incentive der Führungskräfte

Entsprechend der Empfehlung in Ziffer 7.1.3 Deutscher Corporate Governance Kodex wird im Folgenden auch über die anteilsbasierte Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP berichtet.

Long-Term Incentive METRO Cash & Carry (MCC LTI)

Für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry wurde ein Long-Term Incentive entwickelt, das spezifisch auf das New Operating Model zugeschnitten ist und erstmalig im Geschäftsjahr 2015/16 an die oberen Führungskräfte sowie die Geschäftsführungsorgane der METRO Cash & Carry Gesellschaften an Stelle des Sustainable Performance Plan Version 2014 ausgegeben wird. Hierbei handelt es sich um einen zyklischen Plan, der alle drei Jahre begeben wird. Die jeweiligen Erfolgsziele rücken dabei die Wertgenerierung in den einzelnen Landesgesellschaften sowie ihre nachhaltige Entwicklung und Zukunftsausrichtung in den Vordergrund der Erfolgsmessung. Die Performance-Periode des MCC LTI läuft vom 1. April 2016 bis zum 31. März 2019. In diesem Zeitraum werden die individuellen Zielbeträge ratierlich aufgebaut. Der final am Ende der Performance-Periode aufge-

baute Zielbetrag richtet sich nach der Dauer der Teilnahmeberechtigung am MCC LTI sowie der innegehaltenen Position.

Der Auszahlungsbetrag wird nach Ablauf der Performance-Periode durch Multiplikation des jeweils aufgebauten individuellen Zielbetrags mit einem Gesamtzielerreichungsfaktor ermittelt. Dieser Faktor setzt sich zu je 45 Prozent aus der Zielerreichung der Komponenten Past Performance sowie Future Value und zu 10 Prozent aus der Zielerreichung der Nachhaltigkeitskomponente zusammen. Der Auszahlungsbetrag ist nach oben begrenzt, wobei der Gesamtzielerreichungsfaktor nicht unter null fallen kann. Bei den Komponenten Past Performance und Future Value ist für die Berechtigten aus den Landesgesellschaften der Erfolg/Wertzuwachs der jeweiligen METRO Cash & Carry Landesgesellschaft maßgeblich, für die weiteren Bezugsberechtigten grundsätzlich der Gesamterfolg der Vertriebslinie.

Die Komponente **Past Performance** honoriert das Erreichen interner wirtschaftlicher Zielvorgaben und wird anhand der internen Kennzahl EBITDA nach Sonderfaktoren ermittelt, das kumuliert in den Geschäftsjahren 2015/16 bis 2017/18 erzielt wird, wobei jeweils ein Zielwert für einen Zielerreichungsfaktor von 1,0 sowie 0,0 definiert wurde. Zwischen den beiden Werten und darüber hinaus berechnet sich die Zielerreichung mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen. Der Zielerreichungsfaktor für die Komponente Past Performance kann nicht unter null fallen und ist nach oben begrenzt.

Die Komponente **Future Value** spiegelt die externe Bewertung von METRO Cash & Carry bezogen auf den erwarteten zukünftigen Erfolg der jeweiligen Landesgesellschaft sowie der Vertriebslinie insgesamt aus Analystensicht wider. Für die Zielsetzung wurde vor Beginn der Performance-Periode der Unternehmenswert der Vertriebslinie METRO Cash & Carry aus den Bewertungen von Analysten abgeleitet. Diese Ermittlung erfolgt erneut mit dem Ende der Performance-Periode. Aus den jeweiligen Unternehmenswerten der Vertriebslinie wird wiederum der Unternehmenswert der Landesgesellschaften abgeleitet, wobei jeweils ein Zielwert für einen Zielerreichungsfaktor von 1,0 sowie 0,0 definiert wurde. Zwischen den beiden Werten und darüber hinaus berechnet sich die Zielerreichung mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen. Der Zielerreichungsfaktor für die Komponente Future Value kann nicht unter null fallen und ist nach oben begrenzt.

Die Performance-Zielerreichung für die **Nachhaltigkeitskomponente** bestimmt sich nach dem Durchschnittsrang, den die METRO AG (beziehungsweise im Fall des Wirksamwerdens der Abspaltung: die aus der METRO AG abgespaltene Wholesale & Food Specialist Einheit) während der Performance-Periode in einem extern durchgeführten Corporate Sustainability Assessment erreicht. Die METRO AG nimmt in jedem Jahr der Performance-Periode am Corporate Sustainability Assessment, das von dem unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird, teil. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food & Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Ändert sich die Branchengruppenzuordnung der METRO AG, informiert die RobecoSAM AG darüber. Sollte sich die Zusammensetzung der Unternehmen oder die Methodik des Rankings wesentlich verändern, kann die RobecoSAM AG adäquate Vergleichswerte ermitteln.

Aus den während der Performance-Periode mitgeteilten Rängen wird der Durchschnittsrang – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen – berechnet. Abhängig vom Durchschnitt über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente wie folgt:

Durchschnittsrang (kaufmännisch gerundet)	Nachhaltigkeitsfaktor
1	3,00
2	2,50
3	2,00
4	1,50
5	1,25
6	1,00
7	0,75
8	0,50
9	0,25
Unter 9	0,00

Der Zielbetrag für den berechtigten Personenkreis zum 30. September 2016 betrug 28,1 Mio. €.

Der Wert des im Geschäftsjahr 2015/16 zugeteilten METRO Cash & Carry Long-Term Incentive Plan betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 35,9 Mio. € und wurde durch externe Gutacher nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan /

Sustainable Performance Plan Version 2014

Der Sustainable Performance Plan und der Sustainable Performance Plan Version 2014 gelten nicht nur für die Mitglieder des Vorstands, sondern ebenso für die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie für Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP, sofern im Geschäftsjahr 2015/16 aufgrund der Funktion keine Zuteilung des METRO Cash & Carry Long-Term Incentive erfolgte. Die Bezugsberechtigten erhalten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag (Zielbetrag). Die weitere Systematik entspricht den Festlegungen für den Vorstand.

Sustainable Performance Plan / Sustainable Performance Plan Version 2014			
Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag Führungskräfte zum 30.9.2016
2013/14	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	2.612.593 €
2014/15	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	31,69 €	21.550.001 €
2015/16	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, vier Jahre nach Begebung der Tranche	25,53 €	8.410.000 €

Der Wert der im Geschäftsjahr 2015/16 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 14,2 Mio. € und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Performance Share Plan

Auch der Performance Share Plan 2009–2013 gilt nicht nur für die Mitglieder des Vorstands, sondern ebenso für die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie für Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP. Die Bezugsberechtigten erhielten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag im Rahmen des Performance Share Plan (Zielwert). Die weitere Systematik entspricht den Festlegungen für den Vorstand.

Mit dem Performance Share Plan wurden auch für diesen bezugsberechtigten Personenkreis Share Ownership Guidelines – die Verpflichtung zu einem eigenfinanzierten Investment – eingeführt. Das zu haltende Volumen beträgt in der Regel circa 50 Prozent des individuellen Zielwerts.

Dabei gelten analog zum Vorstand folgende Bedingungen:

Performance Share Plan			
Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares Führungskräfte zum 30.9.2016
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	Verfallen
2011	August 2014	41,73 €	Verfallen
2012	April 2015	29,18 €	Verfallen
2013	April 2016	22,84 €	45.753

Die Tranche 2013, deren Sperrfrist im April 2016 endete, wurde im Geschäftsjahr 2015/16 von 192 Führungskräften mit einer Anzahl von 507.436 Performance Shares ausgeübt.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten gemäß § 13 der Satzung der METRO AG eine feste jährliche Vergütung. Diese betrug im Geschäftsjahr 2015/16 80.000 € je ordentliches Mitglied.

Die auf die Vergütung in Rechnung zu stellende Umsatzsteuer wird den Mitgliedern des Aufsichtsrats gemäß § 13 Abs. 5 der Satzung der METRO AG gezahlt.

Vergütungsmultiplikatoren	
Aufsichtsratsvorsitzender	●●●
Stellv. Aufsichtsratsvorsitzender	●●
Ausschussvorsitzende ¹	●●
Ausschussmitglieder ¹	●◀
Aufsichtsratsmitglieder	●

¹ Bei mindestens zwei Sitzungen/Beschlussfassungen

Die individuelle Höhe der Aufsichtsratsvergütung berücksichtigt den Arbeitsaufwand und die Verantwortung der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder aufgrund besonderer Aufgaben. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Dreifache, sein Stellvertreter sowie Ausschussvorsitzende erhalten je das Doppelte und die sonstigen Mitglieder der Ausschüsse je das Eineinhalbfache der Vergütungen eines ordentlichen Mitglieds des Aufsichtsrats. Die Vergütung für eine Mitgliedschaft oder den Vorsitz in einem Ausschuss wird nur gezahlt, wenn mindestens zwei Sitzungen oder sonstige Beschlussfassungen dieses Ausschusses im jeweiligen Geschäftsjahr stattgefunden haben. Wenn ein Mitglied des Aufsichtsrats zur gleichen Zeit mehrere Ämter innehat, erhält es die Vergütung nur für ein Amt, bei unterschiedlicher Vergütung für das am höchsten vergütete Amt.

Individuell ergeben sich für das Geschäftsjahr 2015/16 folgende Werte:

Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder für das Geschäftsjahr 2015/16 gemäß § 13 der Satzung¹

€	Geschäftsjahr	Multiplikator	Feste Vergütung
Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender (seit 19.2.2016)	2014/15	●	5.417
	2015/16	●/●●●	186.667
Franz M. Haniel, Vorsitzender (bis 19.2.2016)	2014/15	●●●	195.000
	2015/16	●●●	100.000
Werner Klockhaus, stellv. Vorsitzender	2014/15	●●	130.000
	2015/16	●●	160.000
Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner	2014/15	●	65.000
	2015/16	●	80.000
Gwyn Burr	2014/15	●	54.167
	2015/16	●	80.000
Ulrich Dalibor	2014/15	●	65.000
	2015/16	●	80.000
Karin Dohm (seit 19.2.2016)	2014/15	–	–
	2015/16	●	53.333
Thomas Dommel (seit 10.12.2015)	2014/15	–	–
	2015/16	●	66.667
Jürgen Fitschen	2014/15	●◄	97.500
	2015/16	●◄	120.000
Hubert Frieling (bis 31.8.2016)	2014/15	●	65.000
	2015/16	●	73.333
Dr. Florian Funck	2014/15	●◄	97.500
	2015/16	●◄	120.000
Andreas Herwarth	2014/15	●	65.000
	2015/16	●/●◄	113.333
Peter Küpfer	2014/15	●	65.000
	2015/16	●	80.000
Rainer Kuschewski	2014/15	●◄	97.500
	2015/16	●◄	120.000
Susanne Meister	2014/15	●	65.000
	2015/16	●	80.000
Dr. Angela Pilkmann (seit 1.9.2016)	2014/15	–	–
	2015/16	●	6.667
Mattheus P. M. (Theo) de Raad	2014/15	●	65.000
	2015/16	●	80.000
Dr. Fredy Raas	2014/15	●◄	97.500
	2015/16	●◄	120.000
Xaver Schiller	2014/15	●◄	97.500
	2015/16	●◄	120.000
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler	2014/15	●●	130.000
	2015/16	●●	160.000
Jürgen Schulz (seit 10.12.2015)	2014/15	–	–
	2015/16	●	66.667
Angelika Will	2014/15	●	65.000
	2015/16	●	80.000
Gesamt²	2014/15		1.522.084
	2015/16		2.146.667

¹Jeweils zuzüglich gegebenenfalls anfallender Umsatzsteuer gemäß § 13 Abs. 5 der Satzung²Die Werte 2014/15 sind für die im Geschäftsjahr 2015/16 aktiven Mitglieder des Aufsichtsrats ausgewiesen

Für Aufsichtsratsmandate bei Konzerngesellschaften wurden einzelnen Mitgliedern des Aufsichtsrats der METRO AG durch die Konzerngesellschaften für das Geschäftsjahr 2015/16 ebenfalls Vergütungen gewährt.

**Konzerninterne Vergütungen der Mitglieder
 des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2015/16¹**

€	Geschäftsjahr	
	2014/15	2015/16
Werner Klockhaus	9.300	9.300
Thomas Dommel	-	4.500
Rainer Kuschewski	39.400	6.200
Xaver Schiller	9.000	9.000
Gesamt	57.700	29.000

¹ Jeweils zuzüglich gegebenenfalls anfallender Umsatzsteuer

Darüber hinaus wurden den Mitgliedern des Aufsichtsrats von Gesellschaften der METRO GROUP keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, im Sinne von Ziffer 5.4.6 Deutscher Corporate Governance Kodex gewährt.

Ausblick

Die METRO AG bereitet die Aufteilung des Konzerns in zwei unabhängige, börsennotierte Unternehmen vor, eines mit dem Geschäftsbereich Wholesale & Food Specialist und eines mit dem Geschäftsbereich Consumer Electronics. Das Wirksamwerden der Abspaltung ist für Mitte 2017 und damit im Laufe des Geschäftsjahres 2016/17 geplant. Das aktuelle Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands berücksichtigt dementsprechend die geplante Aufteilung der METRO GROUP nicht. Vor diesem Hintergrund werden gegenwärtig neue Vorstandsvergütungssysteme für die beiden neuen Einheiten entwickelt, die spezifisch auf die jeweilige Geschäftstätigkeit ausgerichtet werden. Diese Vergütungssysteme sollen ab Wirksamwerden der Abspaltung eingeführt werden. In diesem Kontext hat der Aufsichtsrat über den Umgang mit der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung im Geschäftsjahr 2016/17 bis zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Abspaltung entschieden. Er wird auch über den Umgang mit den bereits begebenen Tranchen der erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive) entscheiden.

– 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 2016 beträgt 835.419.052,27 € und ist eingeteilt in 324.109.563 Stück auf den Inhaber lautende Stammaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: rund 828.572.941 €, circa 99,18 Prozent) sowie 2.677.966 Stück auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: rund 6.846.111 €, circa 0,82 Prozent). Der anteilige Wert je Aktie am Grundkapital beträgt rund 2,56 €.

Jede Stammaktie gewährt eine Stimme. Stammaktien berechnen darüber hinaus dazu, Dividenden zu erhalten. Im Unterschied zu den Stammaktien gewähren Vorzugsaktien grundsätzlich kein Stimmrecht und sind mit einem Gewinnvorzug gemäß § 21 der Satzung der METRO AG ausgestattet. Hierin heißt es:

„(1) Die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine Vorzugsdividende von 0,17 Euro je Vorzugsaktie.

(2) Reicht der verteilbare Bilanzgewinn in einem Geschäftsjahr zur Zahlung der Vorzugsdividende nicht aus, so ist der Rückstand ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn der folgenden Geschäftsjahre in der Weise nachzuzahlen, daß die älteren Rückstände vor den jüngeren zu tilgen und die aus dem Gewinn eines Geschäftsjahres für dieses zu zahlenden Vorzugsbeträge erst nach Tilgung sämtlicher Rückstände zu leisten sind.

(3) Nach Ausschüttung der Vorzugsdividende erhalten die Inhaber von Stammaktien eine Dividende von 0,17 Euro je Stammaktie. Danach wird an die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht eine nicht nachzahlbare Mehrdividende von 0,06 Euro je Vorzugsaktie gezahlt. Die Mehrdividende beträgt 10 vom Hundert der unter Berücksichtigung von Absatz 4 an die Inhaber von Stammaktien gezahlten Dividende, wenn diese 1,02 Euro je Stammaktie erreicht oder übersteigt.

(4) An einer weiteren Gewinnausschüttung nehmen die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht und die Inhaber von Stammaktien entsprechend ihren Anteilen am Grundkapital gleichberechtigt teil.“

Weitere mit den Stamm- und Vorzugsaktien verbundene Rechte sind insbesondere das Recht auf Teilnahme an der Hauptversammlung (§ 118 Abs. 1 AktG), das Auskunftsrecht (§ 131 AktG) sowie das Recht auf Erhebung einer Anfechtungs- und Nichtigkeitsklage (§§ 245 Nr. 1–3, 246, 249 AktG). Neben dem angesprochenen Recht auf Erhalt einer Dividende besteht für die Aktionäre grundsätzlich ein Bezugsrecht bei Kapitalerhöhungen (§ 186 Abs. 1 AktG); sie haben zudem Ansprüche auf den Liquidationserlös nach Auflösung der Gesellschaft (§ 271 AktG) sowie auf Abfindung und Ausgleich bei bestimmten Strukturmaßnahmen, insbesondere nach den §§ 304 ff., 320 b, 327 b AktG.

Stimmrechtsrelevante Beschränkungen (§ 315 Abs. 4 Nr. 2 und § 289 Abs. 4 Nr. 2 HGB)

Nach Kenntnis des Vorstands bestehen beziehungsweise bestanden im Geschäftsjahr 2015/16 folgende Vereinbarungen, die als Beschränkungen im Sinne von § 315 Abs. 4 Nr. 2 und § 289 Abs. 4 Nr. 2 HGB angesehen werden können:

Zwischen der Beisheim Capital GmbH, Düsseldorf, und der Beisheim Holding GmbH, Baar (Schweiz), besteht ein Pool-Vertrag, in den die von der Beisheim Capital GmbH und der Beisheim Holding GmbH gehaltenen Aktien der METRO AG einbezogen sind.

In Vorbereitung der Spaltung der METRO AG hat jeder der drei Hauptanteilseigner der METRO AG, der Gesellschafterstamm Haniel, der Gesellschafterstamm Schmidt-Ruthenbeck sowie der Gesellschafterstamm Beisheim, gegenüber der METRO AG hinsichtlich der von ihm jeweils gehaltenen METRO-Aktien sowie der Aktien, welche die Hauptanteilseigner der METRO AG im Zusammenhang mit der Spaltung an dem übernehmenden Rechtsträger erhalten werden, eine vorübergehende Haltever-

pflichtung (sogenanntes Lock-up) mit marktüblichem Inhalt übernommen und sich zudem bestimmten weiteren Veräußerungsbeschränkungen unterworfen.

Daneben können auch gesetzliche Beschränkungen des Stimmrechts, etwa gemäß § 136 AktG oder, sofern die Gesellschaft eigene Aktien halten sollte, gemäß § 71 b AktG, bestehen.

Beteiligungen am Kapital (§ 315 Abs. 4 Nr. 3 und § 289 Abs. 4 Nr. 3 HGB)

Es bestehen die folgenden direkten und indirekten (gemäß § 22 WpHG) Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Name/Firma	Direkte/Indirekte Beteiligung von mehr als 10 vom Hundert der Stimmrechte
Haniel Finance Deutschland GmbH, Duisburg, Deutschland	Direkt
Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg, Deutschland	Indirekt
Palatin Verwaltungsgesellschaft mbH, Essen, Deutschland	Direkt
BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltungs-GmbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt Verwaltungsgesellschaft mbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Dr. Michael Schmidt-Ruthenbeck, Zürich, Schweiz	Indirekt

Die obigen Angaben basieren insbesondere auf den Mitteilungen nach § 21 WpHG, die die METRO AG erhalten und veröffentlicht hat.

Durch die METRO AG veröffentlichte Stimmrechtsmitteilungen sind auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Investor Relations – Rechtliche Mitteilungen abrufbar.

Inhaber von Aktien mit Sonderrechten sowie Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind (§ 315 Abs. 4 Nr. 4 und 5 und § 289 Abs. 4 Nr. 4 und 5 HGB)

Aktien mit Sonderrechten gemäß § 315 Abs. 4 Nr. 4 und § 289 Abs. 4 Nr. 4 HGB hat die Gesellschaft nicht ausgegeben. Arbeitnehmer sind nicht im Sinne von § 315 Abs. 4 Nr. 5 und § 289 Abs. 4 Nr. 5 HGB am Kapital beteiligt.

Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung des Vorstands und Änderung der Satzung (§ 315 Abs. 4 Nr. 6 und § 289 Abs. 4 Nr. 6 HGB)

Für die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands der METRO AG sind die §§ 84, 85 AktG und §§ 30, 31, 33 MitbestG maßgebend. Ergänzend regelt § 5 der Satzung der METRO AG, dass der Vorstand aus mindestens zwei Mitgliedern besteht und im Übrigen der Aufsichtsrat die Zahl der Mitglieder des Vorstands bestimmt.

Änderungen der Satzung der METRO AG bestimmen sich grundsätzlich nach den §§ 179, 181, 133 AktG. Daneben gibt es zahlreiche weitere Vorschriften des Aktiengesetzes, die im Fall einer Satzungsregelung zur Anwendung gelangen können und die vorgenannten Vorschriften modifizieren oder verdrängen, zum Beispiel die §§ 182 ff. AktG bei Kapitalerhöhungen, die §§ 222 ff. AktG bei Kapitalherabsetzungen oder aber § 262 AktG für die Auflösung der AG. Änderungen, die nur die Fassung der Satzung betreffen, können gemäß § 14 der Satzung der METRO AG ohne Beschluss der Hauptversammlung durch den Aufsichtsrat beschlossen werden.

Befugnisse des Vorstands (§ 315 Abs. 4 Nr. 7 und § 289 Abs. 4 Nr. 7 HGB)

Befugnisse zur Ausgabe neuer Aktien

Die Hauptversammlung vom 23. Mai 2012 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Mai 2017 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Geld- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 325.000.000 €, zu erhöhen (genehmigtes Kapital I).

Dabei haben die Aktionäre grundsätzlich ein Bezugsrecht. Die neuen Aktien können auch von durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in den folgenden Fällen auszuschließen:

- zum Ausgleich von Spitzenbeträgen;
- sofern die Aktien gegen Sacheinlagen zum Zwecke von Unternehmenszusammenschlüssen oder des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Anteilen an Unternehmen ausgegeben werden;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Geldeinlagen, soweit es erforderlich ist, um den Inhabern der von der METRO AG oder von Konzerngesellschaften, an denen die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist, begebenen Options- oder Wandelschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Stammaktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder bei Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht zustehen würde;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Geldeinlagen, wenn der Nennbetrag dieser Kapitalerhöhungen insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht übersteigt und jeweils der Ausgabepreis der neuen Stammaktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Stammaktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet. Die Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals vermindert sich um den anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit des genehmigten Kapitals (i) unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG als eigene Aktien verwendet oder veräußert werden oder (ii) aus bedingtem Kapital zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die ihrerseits ohne Bezugsrecht in entsprechender

Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG begeben wurden oder werden, ausgegeben werden. Die gemäß dem vorstehenden Satz verminderte Höchstgrenze wird mit Wirksamwerden einer nach der Verminderung von der Hauptversammlung beschlossenen neuen Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG wieder erhöht, so weit die neue Ermächtigung reicht, höchstens aber auf bis zu 10 Prozent des Grundkapitals.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhungen festzulegen. Das genehmigte Kapital I wurde bisher nicht ausgenutzt. Es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von der Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Befugnisse zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen

Die Hauptversammlung vom 20. Februar 2015 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 19. Februar 2020 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber lautende Options- oder Wandelschuldverschreibungen (zusammen „Schuldverschreibungen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.500.000.000 € auszugeben und den Inhabern von Optionsschuldverschreibungen Optionsrechte oder -pflichten und den Inhabern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte oder -pflichten für auf den Inhaber lautende Stammaktien der METRO AG mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 127.825.000 € nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Schuldverschreibungen zu gewähren oder aufzuerlegen. Im Zusammenhang mit dieser Ermächtigung besteht ein bedingtes Kapital in Höhe von bis zu 127.825.000 €.

Die Schuldverschreibungen können auch durch eine Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG ausgegeben werden, an der die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist. Für diesen Fall ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats für die METRO AG die Garantie für diese Schuldverschreibungen zu übernehmen und deren Inhabern Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten auf auf den Inhaber lautende Stammaktien der METRO AG zu gewähren oder aufzuerlegen.

Das gesetzliche Bezugsrecht wird den Aktionären in der Weise eingeräumt, dass die Schuldverschreibungen von einem Kreditinstitut oder einem Konsortium von Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum

Bezug anzubieten. Werden Schuldverschreibungen von einer Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG ausgegeben, an der die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist, hat die METRO AG die Gewährung des gesetzlichen Bezugsrechts für die Aktionäre der METRO AG nach Maßgabe des vorstehenden Satzes sicherzustellen.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spitzenbeträge, die sich aufgrund des Bezugsverhältnisses ergeben, von dem Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und das Bezugsrecht auch insoweit auszuschließen, wie es erforderlich ist, damit denjenigen, denen bereits zuvor ausgegebene Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten zustehen oder auferlegt sind, ein Bezugsrecht in dem Umfang eingeräumt werden kann, wie es ihnen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder bei Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht als Aktionär zustehen würde.

Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auf gegen Barzahlung ausgegebene Schuldverschreibungen, die mit Options- oder Wandlungsrecht oder Options- oder Wandlungspflicht ausgegeben werden, vollständig auszuschließen, sofern der Vorstand nach pflichtgemäßer Prüfung zu der Auffassung gelangt, dass der Ausgabebetrag der Schuldverschreibungen ihren nach anerkannten, insbesondere finanzmathematischen Methoden ermittelten hypothetischen Marktwert nicht wesentlich unterschreitet. Diese Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts gilt für Schuldverschreibungen, die mit Options- oder Wandlungsrecht oder Options- oder Wandlungspflicht ausgegeben werden auf Aktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals, der insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung nicht überschreiten darf. Auf diese 10-Prozent-Grenze ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, (i) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden, und (ii) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die ausgegeben werden oder auszugeben sind zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die (auf Grundlage anderer Ermächtigungen) ihrerseits unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung begeben wurden.

Im Fall der Begebung von Schuldverschreibungen, die ein Options- oder Wandlungsrecht gewähren oder eine Options- oder Wandlungspflicht begründen, bestimmt sich der Options- oder Wandlungspreis nach den Regelungen in § 4 Abs. 8 der Satzung der METRO AG.

Bei mit Options- oder Wandlungsrechten oder Options- oder Wandlungspflichten verbundenen Schuldverschreibungen kann der Options- oder Wandlungspreis im Fall der wirtschaftlichen Verwässerung des Werts der Options- oder Wandlungsrechte oder Options- oder Wandlungspflichten nach näherer Bestimmung der Schuldverschreibungen wertwährend angepasst werden, soweit die Anpassung nicht schon durch Gesetz geregelt ist. Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können darüber hinaus für den Fall der Kapitalherabsetzung oder anderer außerordentlicher Maßnahmen oder Ereignisse (zum Beispiel ungewöhnlich hohe Dividenden, Kontrollenerlangung durch Dritte) eine Anpassung der Options- oder Wandlungsrechte oder Options- oder Wandlungspflichten vorsehen. Bei einer Kontrollenerlangung durch Dritte kann eine marktübliche Anpassung des Options- oder Wandlungspreises vorgesehen werden. Ferner können die Bedingungen der Schuldverschreibungen vorsehen, dass das Umtauschverhältnis und/oder der Options- oder Wandlungspreis variabel sind und der Options- oder Wandlungspreis innerhalb einer festzulegenden Bandbreite in Abhängigkeit von der Entwicklung des Aktienkurses während der Laufzeit festgelegt wird. Der Mindestausgabebetrag nach den Regelungen in § 4 Abs. 8 der Satzung der METRO AG darf auch insoweit nicht unterschritten werden.

Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können das Recht der METRO AG vorsehen, im Fall der Wandlung oder Optionsausübung statt der Gewährung von Aktien einen Geldbetrag zu zahlen, der für die Anzahl der anderenfalls zu liefernden Aktien dem volumengewichteten Durchschnittskurs der Stammaktien der METRO AG im Xetra-Handel (oder in einem an die Stelle des Xetra-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) der Frankfurter Wertpapierbörse während eines vom Vorstand zu bestimmenden angemessenen Zeitraums von Tagen vor oder nach Erklärung der Wandlung oder der Optionsausübung entspricht. Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können auch vorsehen, dass nach Wahl der METRO AG statt in neue Aktien aus bedingtem Kapital in bereits existierende Stammaktien der METRO AG oder Aktien einer anderen börsennotierten Gesellschaft gewandelt oder das Optionsrecht oder die Optionspflicht durch Lieferung solcher Aktien erfüllt werden kann.

Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können auch eine Options- oder Wandlungspflicht zum Ende der Laufzeit (oder zu einem anderen Zeitpunkt) oder das Recht der METRO AG vorsehen, bei Endfälligkeit der mit einem Options- oder Wandlungsrecht verbundenen Schuldverschreibungen (dies umfasst auch eine Fälligkeit wegen Kündigung) den Gläubigern der Schuldverschreibungen ganz oder teilweise anstelle der Zahlung des fälligen Geldbetrags Aktien der METRO AG oder Aktien einer anderen börsennotierten Gesellschaft zu gewähren. Der anteilige Betrag des Grundkapitals der bei Wandlung oder Optionsausübung auszugebenden Stammaktien der METRO AG darf den Nennbetrag der Schuldverschreibungen nicht übersteigen. §§ 9 Abs. 1, 199 Abs. 2 AktG sind zu beachten.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Ausgabe und Ausstattung der Schuldverschreibungen, insbesondere Zinssatz, Ausgabekurs, Laufzeit und Stückelung, Verwässerungsschutzbestimmungen sowie Options- oder Wandlungszeitraum, zu bestimmen oder im Einvernehmen mit den Organen der die Schuldverschreibungen begebenden Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG festzulegen.

Die Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder 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 20. Februar 2015 bis zum 19. Februar 2020 ermächtigt, eigene Aktien, gleich welcher Gattung, zu erwerben. Die Ermächtigung ist auf den Erwerb von Aktien beschränkt, auf die insgesamt ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung bestehenden Grundkapitals oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung bestehenden Grundkapitals entfällt. Die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien dürfen zusammen mit etwaigen aus anderen Gründen erworbenen eigenen Aktien, die sich jeweils im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach §§ 71 a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt 10 Prozent des jeweiligen Grundkapitals der Gesellschaft übersteigen.

Der Erwerb kann über die Börse oder mittels eines öffentlichen Kaufangebots erfolgen; dabei enthält die Ermächtigung jeweils Vorgaben hinsichtlich des Erwerbspreises und des Vorgehens bei Überzeichnung eines öffentlichen Kaufangebots.

Der Vorstand ist ermächtigt, die aufgrund der vorgenannten Ermächtigung oder aufgrund einer früher erteilten Ermächtigung erworbenen Aktien der Gesellschaft zu folgenden Zwecken zu verwenden:

- Veräußerung von Aktien der Gesellschaft über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre;
- Einführung von Aktien der Gesellschaft an ausländischen Börsen, an denen sie bisher nicht zum Handel zugelassen sind, wobei die Ermächtigung Vorgaben hinsichtlich des Einführungspreises enthält;
- Übertragung von Aktien der Gesellschaft an Dritte gegen Sachleistung im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen, Betrieben, Beteiligungen an Unternehmen oder sonstigen Vermögensgegenständen;
- Veräußerung von Aktien der Gesellschaft in anderer Weise als über die Börse oder durch ein Angebot an alle Aktionäre, sofern die Veräußerung gegen Barzahlung und zu einem Preis erfolgt, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet. Diese Ermächtigung ist beschränkt auf die Veräußerung von Aktien, auf die insgesamt ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des Grundkapitals zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung entfällt. Auf diese Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, (i) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit der Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben werden, und (ii) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die ausgegeben werden oder auszugeben sind zur Bedienung von Options- oder Wandlungsschuldverschreibungen, die ihrerseits unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung gegeben wurden;
- Lieferung von Aktien an die Inhaber von Options- oder Wandlungsschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften im Sinne von § 18 AktG gemäß den Options- oder Wandelanleihebedingungen; dies gilt auch

- für die Lieferung von Aktien aufgrund der Ausübung von Bezugsrechten, die bei einer Veräußerung eigener Aktien durch Angebot an alle Aktionäre oder im Fall einer Kapitalerhöhung mit Bezugsrecht den Inhabern von Options- oder Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften im Sinne von § 18 AktG in dem Umfang gewährt werden dürfen, in dem die Inhaber der Options- oder Wandelschuldverschreibungen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder bei Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht ein Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft hätten. Insgesamt darf auf die aufgrund dieser Ermächtigung übertragenen Aktien ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des Grundkapitals zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung entfallen, sofern die Aktien zur Erfüllung von Options- oder Wandlungsrechten oder Options- oder Wandlungspflichten, die in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG gewährt oder begründet wurden, verwendet werden. Auf diese Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung ausgegeben oder veräußert werden.
- Durchführung einer sogenannten Aktiendividende (Scrip Dividend), im Rahmen derer Aktien der Gesellschaft (auch teil- und wahlweise) zur Erfüllung der Dividendenansprüche der Aktionäre verwendet werden;
 - Einziehung von Aktien der Gesellschaft ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss. Die Einziehung kann auch ohne Kapitalherabsetzung durch Erhöhung des anteiligen Betrags der übrigen Stückaktien am Grundkapital der Gesellschaft erfolgen. Der Vorstand wird in diesem Fall zur Anpassung der Zahl der Stückaktien in der Satzung ermächtigt.

Alle vorstehenden Ermächtigungen zum Erwerb und zur Verwendung von aufgrund der vorstehenden oder einer früheren Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien können ganz oder teilweise, einmal oder mehrmals, einzeln oder gemeinsam durch die Gesellschaft oder ihre Konzerngesellschaften im Sinne von § 18 AktG oder für ihre oder deren Rechnung durch Dritte ausgeübt werden. Alle vorstehenden Ermächtigungen können zum Erwerb und zur Verwendung sowohl von Stammaktien als auch von Vorzugsaktien oder zum Erwerb und zur

Verwendung lediglich von Stammaktien oder lediglich von Vorzugsaktien ausgeübt werden.

Die Verwendung eigener Aktien gemäß den vorgenannten Ermächtigungen mit Ausnahme der Ermächtigung zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre bedarf der Zustimmung des Aufsichtsrats.

Bei Verwendung eigener Aktien gemäß den vorgenannten Ermächtigungen mit Ausnahme der Ermächtigung zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft durch Angebot an alle Aktionäre, der Ermächtigung zur Durchführung einer sogenannten Aktiendividende (Scrip Dividend) sowie der Ermächtigung zur Einziehung von Aktien der Gesellschaft ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss ist das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen.

Bei Verwendung eigener Aktien gemäß der Ermächtigung zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft durch Angebot an alle Aktionäre, das unter Wahrung des Gleichbehandlungsgrundsatzes (§ 53 a AktG) erfolgt, wird der Vorstand ermächtigt, das Bezugsrecht der Aktionäre für Spitzenbeträge auszuschließen. Darüber hinaus ist der Vorstand bei Verwendung eigener Aktien gemäß der Ermächtigung zur Durchführung einer sogenannten Aktiendividende (Scrip Dividend) ermächtigt, das Bezugsrecht auszuschließen.

Der Vorstand wurde von der Hauptversammlung am 20. Februar 2015 ergänzend ermächtigt, den Aktienerwerb unter der beschlossenen Ermächtigung auch unter Einsatz von Put-Optionen, Call-Optionen, Terminkaufverträgen („Terminkäufe“) oder einer Kombination aus diesen Instrumenten, nachfolgend zusammen „Derivate“, durchzuführen. Alle Aktienerwerbe unter Einsatz von Derivaten sind dabei auf Aktien im Umfang von höchstens 5 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung über diese Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung bestehenden Grundkapitals beschränkt. Die Laufzeit der Derivate muss so gewählt werden, dass der Aktienerwerb unter Einsatz der Derivate nicht nach dem 19. Februar 2020 erfolgt. Die Derivate müssen mit einem oder mehreren von der METRO AG unabhängigen Kreditinstitut/-en und/oder einem oder mehreren nach § 53 Abs. 1 Satz 1 oder § 53 b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 7 des Kreditwesengesetzes tätigen Unternehmen abgeschlossen werden. Sie sind so auszugestalten, dass sichergestellt ist, dass die Derivate nur mit Aktien beliefert werden, die zuvor unter Wahrung des

Gleichbehandlungsgrundsatzes (§ 53 a AktG) erworben wurden; dem genügt der Erwerb der Aktien über die Börse.

Die von der Gesellschaft für Call-Optionen gezahlte und für Put-Optionen vereinnahmte Optionsprämie darf nicht wesentlich unter dem nach anerkannten finanzmathematischen Methoden ermittelten theoretischen Marktwert der jeweiligen Optionen liegen. Der bei Ausübung von Put-Optionen oder Call-Optionen oder bei Fälligkeit des Terminkaufs zu zahlende Kaufpreis je Aktie darf den arithmetischen Mittelwert der Schlussauktionspreise für Aktien der betreffenden Gattung im Xetra-Handel (oder in einem an die Stelle des Xetra-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten drei Börsentage vor Abschluss des betreffenden Derivategeschäfts um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten (jeweils ohne Erwerbsnebenkosten, aber unter Berücksichtigung der erhaltenen beziehungsweise gezahlten Optionsprämie).

Werden eigene Aktien unter Einsatz von Derivaten unter Beachtung der vorstehenden Regelungen erworben, sind ein etwaiges Recht der Aktionäre, solche Derivate mit der Gesellschaft abzuschließen, sowie ein etwaiges Andienungsrecht der Aktionäre ausgeschlossen.

Für die Verwendung von Aktien der Gesellschaft, die unter Einsatz von Derivaten erworben werden, gelten die vorstehend angeführten Regelungen über die Verwendung eigener Aktien entsprechend.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien, auch unter Einsatz von Derivaten, wurde bisher nicht ausgenutzt und es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels stehen (§ 315 Abs. 4 Nr. 8 und § 289 Abs. 4 Nr. 8 HGB)

Die METRO AG ist zurzeit als Kreditnehmerin an zwei Konsortialkreditverträgen beteiligt, die im Falle eines Kontrollwechsels durch die Kreditgeber kündbar sind, sofern zusätzlich und als Folge des Kontrollwechsels das Kreditrating 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 Kreditratings kumulativ eintreten, können die kreditgebenden Banken den Vertrag kündigen und einen herausgelegten Kredit zurückverlangen. Diese Regelungen sind in der beschriebenen Weise marktüblich und dienen dem Schutz der Gläubiger. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden diese Kredite nicht in Anspruch genommen.

Entschädigungsvereinbarungen bei Kontrollwechseln (§ 315 Abs. 4 Nr. 9 und § 289 Abs. 4 Nr. 9 HGB)

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern getroffen worden sind, bestehen nicht.

– ERGÄNZENDE ANGABEN FÜR DIE METRO AG (GEMÄSS HGB)

Überblick über das Geschäftsjahr 2015/16 und Prognose der METRO AG

Die METRO AG ist als Managementholding der METRO GROUP hinsichtlich des Geschäftsverlaufs, der Lage sowie der voraussichtlichen Entwicklung mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken maßgeblich von der Entwicklung der METRO GROUP abhängig.

Angesichts der Holdingstruktur ist – abweichend von der konzernweiten Betrachtung – die wichtigste Steuerungsgröße der METRO AG im Sinne des DRS 20 der handelsrechtliche Jahresüberschuss.

Geschäftsverlauf der METRO AG

Der Geschäftsverlauf der METRO AG ist wesentlich geprägt von der Entwicklung und dem Ausschüttungsverhalten ihrer Beteiligungen. Der Abschluss der METRO AG nach handelsrechtlichen Vorschriften dient als Ausschüttungsbemessungsgrundlage. Im Folgenden sind die Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Bilanz der METRO AG nach HGB dargestellt.

Ertragslage der METRO AG und Gewinnverwendung

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016 nach HGB

Mio. €	2014/15	2015/16
Beteiligungsergebnis	592	124
Finanzergebnis	-21	-42
Sonstige betriebliche Erträge	469	746
Personalaufwand	-194	-226
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-3	-4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-481	-570
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	362	28
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	-15
Sonstige Steuern	-2	-1
Jahresüberschuss	360	12
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	24	57
Entnahmen aus den Gewinnrücklagen	0	272
Bilanzgewinn	384	341

Die METRO AG weist im Geschäftsjahr 2015/16 ein Beteiligungsergebnis in Höhe von 124 Mio. € gegenüber 592 Mio. € im Vorjahr aus. Ursächlich für diesen deutlichen Rückgang waren insbesondere geringere Erträge aus Beteiligungen sowie geringere Erträge aus Gewinnabführungsverträgen, die zusammen einen Rückgang von mehr als 330 Mio. € ausmachen.

Im Vorjahr enthielten die Erträge aus Beteiligungen Ausschüttungen aus einer Zwischenholding im Zusammenhang mit der Veräußerung von Galeria Kaufhof.

Im laufenden Jahr betreffen die Beteiligungserträge im Wesentlichen die Sachausschüttung einer Darlehensforderung aus einer Zwischenholding, die ihrerseits aus der Ausschüttung von Kapitalrücklagen einer mittelbaren Tochtergesellschaft resultiert.

Im Vorjahr waren die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen im Wesentlichen geprägt durch die letztmals durchgeführte Gewinnabführung von Galeria Kaufhof.

Außerplanmäßige Abschreibungen auf Finanzanlagen und gestiegene Aufwendungen aus Verlustübernahmen infolge

außerplanmäßiger Abschreibungen auf mittelbare Tochterunternehmen sowie geleisteter Aufwandszuschüsse von Tochterunternehmen an eine andere Konzerngesellschaft haben das Beteiligungsergebnis belastet.

Das Finanzergebnis beläuft sich auf –42 Mio. € (2014/15: –21 Mio. €). Diese Verschlechterung resultiert hauptsächlich aus geringeren Erträgen aus konzerninternen Umlagen, die in der Position Andere Finanzerträge ausgewiesen sind.

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurde das Verrechnungspreissystem der Vertriebslinie METRO Cash & Carry der METRO GROUP überprüft und angepasst.

Die METRO AG agiert im Rahmen des neuen Verrechnungspreissystems im Wesentlichen als Dienstleister sowie als Lizenzgeber für die operativen Landesgesellschaften der Vertriebslinie METRO Cash & Carry. Die Leistungserbringung besteht hauptsächlich in der Erbringung von diversen Dienstleistungen des operativen Geschäftsbetriebs (Beratungsleistungen), Holdingdienstleistungen sowie Leistungen im Bereich der Entwicklung und des Betriebs diverser konzerneigener IT-Lösungen. Um diese Dienstleistungen erbringen zu können, werden insbesondere IT-Dienstleistungen von konzerninternen Subunternehmern und Externen eingekauft, die sich innerhalb der sonstigen Aufwendungen und Abschreibungen niederschlagen. Hinsichtlich der Marken METRO und MAKRO und der Produkteigenmarken agiert die METRO AG als zentraler Lizenzgeber für ihre Tochtergesellschaften.

Die Leistungsverrechnung erfolgt durch Abrechnung einer fremdvergleichskonformen Vergütung. Unter dem neu strukturierten Verrechnungspreismodell der Vertriebslinie METRO Cash & Carry der METRO GROUP wurden den nationalen und internationalen operativen Gesellschaften der Vertriebslinie METRO Cash & Carry anstelle einer Franchise-Fee (2014/15: 255 Mio. €) im Geschäftsjahr 2015/16 Lizenz- und Dienstleistungsentgelte in Höhe von rund 500 Mio. € in Rechnung gestellt.

Aus der Summe aller sonstigen betrieblichen Erträge, sonstigen betrieblichen Aufwendungen sowie der Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der METRO AG ergab sich zum Stichtag insgesamt ein Ertrag von 172 Mio. € gegenüber einem Aufwand von 15 Mio. € im Vorjahr. Die Veränderung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Vergleich zum Vorjahr ist insbesondere auf die erstmalige Anwendung eines neuen Verrech-

nungspreismodells zurückzuführen. Diesen Aufwendungen stehen unter anderem Erträge aus der Abrechnung von IT- und Business-Leistungen sowie Lizenzentgelte für die Nutzung der Marken METRO und MAKRO unter der Position sonstige betriebliche Erträge gegenüber. Für Risiken aus der möglichen teilweisen Nichtanerkennung des neuen Verrechnungspreismodells durch ausländische Finanzbehörden und daraus resultierende Rückzahlungsverpflichtungen bereits vereinnahmter Entgelte von ausländischen Konzerngesellschaften wurde eine angemessene Rückstellung gebildet.

Im Durchschnitt der vier Quartale des Geschäftsjahres 2015/16 beschäftigte die METRO AG 1.082 (2014/15: 1.133) Mitarbeiter. Teilzeitbeschäftigte und Aushilfen wurden auf Vollzeitkräfte umgerechnet. Die Personalaufwendungen betragen 226 Mio. € (2014/15: 194 Mio. €). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen.

Der Jahresüberschuss beläuft sich auf 12 Mio. € (2014/15: 360 Mio. €) und liegt damit trotz höherer Erträge aus dem neuen Verrechnungspreismodell, im Wesentlichen resultierend aus einem geringeren Beteiligungsergebnis, deutlich unterhalb der zu Beginn der Berichtsperiode abgegebenen Prognose für das Geschäftsjahr 2015/16.

Unter Einbezug des Gewinnvortrags aus dem Vorjahr in Höhe von 57 Mio. € sowie von Entnahmen aus den Gewinnrücklagen in Höhe von 272 Mio. € weist die Gesellschaft einen Bilanzgewinn von 341 Mio. € gegenüber 384 Mio. € im Geschäftsjahr 2014/15 aus.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns 2015/16 schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 341 Mio. € eine Dividendenausschüttung in Höhe von 1,00 € je Stammaktie und 1,06 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 327 Mio. €, zu beschließen und den Restbetrag als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorzutragen.

Finanzlage der METRO AG

Zahlungsmittelflüsse

Zahlungsmittelflüsse waren im Berichtsjahr wesentlich durch Zuflüsse aus der im Vorjahr getätigten Veräußerung der Kaufhof Gruppe geprägt. Diesen Zahlungsmittelzuflüssen stehen deutliche Zahlungsmittelabflüsse aus der Rückzahlung von

Anleihen und Schuldscheindarlehen sowie der weitestgehenden Rückführung kurzfristiger Kredite gegenüber. Der stichtagsbezogene Kassenbestand beträgt 618 Mio. € (30.9.2015: 35 Mio. €) und besteht im Wesentlichen aus Guthaben bei Kreditinstituten durch Cash-Pool-Einnahmen aus den Vertriebslinien gegen Ende des Berichtszeitraums.

Kapitalstruktur

Passiva

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	835	835
Stammaktien	828	828
Vorzugsaktien	7	7
(Bedingtes Kapital)	(128)	(128)
Kapitalrücklage	2.558	2.558
Gewinnrücklagen	2.660	2.388
Bilanzgewinn	384	341
	6.437	6.122
Rückstellungen	393	447
Verbindlichkeiten	5.328	3.230
Rechnungsabgrenzungsposten	5	5
	12.163	9.804

Die Passivseite der Bilanz besteht mit 6.122 Mio. € (30.9.2015: 6.437 Mio. €) aus Eigenkapital und mit 3.682 Mio. € (30.9.2015: 5.726 Mio. €) aus Rückstellungen, Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Die Eigenkapitalquote beträgt zum Stichtag 62,4 Prozent gegenüber 52,9 Prozent im Vorjahr. Die Rückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 447 Mio. € (30.9.2015: 393 Mio. €). Im Bereich der Verbindlichkeiten aus Anleihen ergab sich ein Rückgang um 1.188 Mio. € auf 1.751 Mio. €, die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten waren im Vorjahr deutlich geprägt durch kurzfristige Zwischenfinanzierungsvorgänge im Rahmen des Verkaufs der Galeria-Kaufhof-Gruppe und reduzierten sich zum Stichtag erheblich auf 94 Mio. € (30.9.2015: 982 Mio. €). Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen erhöhte sich der Bestand geringfügig auf 1.320 Mio. € (30.9.2015: 1.317 Mio. €). Die sonstigen Verbindlichkeiten liegen zum Stichtag mit 45 Mio. € um 20 Mio. € unter dem Vorjahresbestand von 65 Mio. €.

Vermögenslage der METRO AG

Aktiva

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	14	32
Sachanlagen	2	2
Finanzanlagen	7.782	7.705
	7.798	7.739
Umlaufvermögen		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	4.312	1.433
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	35	618
	4.347	2.051
Rechnungsabgrenzungsposten	18	14
	12.163	9.804

Die Aktiva betragen zum Stichtag insgesamt 9.804 Mio. € und sind überwiegend mit 7.705 Mio. € durch Finanzanlagen, mit 1.359 Mio. € durch Forderungen gegen verbundene Unternehmen sowie mit 618 Mio. € durch die Position Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks geprägt. Die Finanzanlagen verminderten sich – überwiegend aus einem Rückgang der Anteile an verbundenen Unternehmen – gegenüber dem Vorjahr um 77 Mio. € und stellen nun 78,6 Prozent der Bilanzsumme dar. Forderungen gegen verbundene Unternehmen weisen gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang in Höhe von 113 Mio. € auf. Diese Position spiegelt den kurzfristigen Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften zum Stichtag wider und repräsentiert bei einem Stand von 1.359 Mio. € (30.9.2015: 1.472 Mio. €) 13,9 Prozent der gesamten Aktiva. Die Position Sonstige Vermögensgegenstände hat sich mit 74 Mio. € deutlich gegenüber dem Vorjahreswert von 2.840 Mio. € vermindert. Dieser Rückgang resultiert mit 2.353 Mio. € aus dem Eingang der im Vorjahr ausgewiesenen Kaufpreisforderung aus der Veräußerung der Galeria-Kaufhof-Gruppe. Die Position Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 583 Mio. € auf 618 Mio. €.

Risikosituation der METRO AG

Da die METRO AG unter anderem durch Finanzierungs- und Garantiezusagen sowie durch mittel- und unmittelbare Investitionen in die Beteiligungsunternehmen weitgehend mit den Unternehmen der METRO GROUP verbunden ist, ist die Risikosituation der METRO AG wesentlich von der Risikosituation der METRO GROUP abhängig. Insoweit gelten die Aussagen zur Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung auch als Zusammenfassung der Risikosituation der METRO AG.

Prognose der METRO AG

Die METRO AG in ihrer Funktion als Managementholding ist in ihrer Entwicklung wesentlich von der Entwicklung und dem Ausschüttungsverhalten ihrer Beteiligungen abhängig. Bei einer normalisierten Kostenstruktur der Holding ohne zusätzliche Belastungen aus der anstehenden Neuausrichtung der METRO AG gehen wir davon aus, dass der Jahresüberschuss des kommenden Geschäftsjahres 2016/17 ein Niveau erreichen wird, das deutlich oberhalb des Ergebnisses des abgelaufenen Geschäftsjahres liegt.

Aufgrund der noch im Geschäftsjahr 2016/17 geplanten Aufteilung des Konzerns in zwei unabhängige Unternehmen mit klarem Fokus auf das Groß- und Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft einerseits und das Unterhaltungselektronikhandelsgeschäft andererseits wird es, falls die Hauptversammlung am 6. Februar 2017 der Aufteilung erwartungsgemäß zustimmt und die Aufteilung im Geschäftsjahr 2016/17 wie geplant wirksam wird, zu einer Anpassung der Prognose kommen.

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) unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance öffentlich zugänglich.

163

- 166 Gewinn- und Verlustrechnung
- 167 Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
- 168 Bilanz
- 170 Eigenkapitalentwicklung
- 172 Kapitalflussrechnung

KONZERN- ABSCHLUSS

ANHANG 173

- 174 Segmentberichterstattung
- 176 Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses
- 201 Kapitalmanagement
- 202 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- 209 Erläuterungen zur Bilanz
- 247 Sonstige Erläuterungen
- 269 Organe der METRO AG und ihre Mandate
- 305 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 306 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

KONZERNABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung
für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016

Mio. €	Anhang Nr.	2014/15	2015/16
Umsatzerlöse	1	59.219	58.417
Umsatzkosten		-47.577	-46.967
Bruttoergebnis vom Umsatz		11.642	11.450
Sonstige betriebliche Erträge	2	1.275	1.537
Vertriebskosten	3	-10.221	-9.960
Allgemeine Verwaltungskosten	4	-1.467	-1.562
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	-518	-54
Ergebnisanteil aus operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	6	0	102
Betriebliches Ergebnis EBIT		711	1.513
Ergebnisanteil aus nicht operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	6	2	3
Sonstiges Beteiligungsergebnis	7	0	-4
Zinsertrag	8	62	93
Zinsaufwand	8	-344	-314
Übriges Finanzergebnis	9	-172	-124
Finanzergebnis		-452	-346
Ergebnis vor Steuern EBT		259	1.167
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	11	-480	-559
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten		-221	608
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	12	935	49
Periodenergebnis		714	657
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	13	42	58
davon aus fortgeführten Aktivitäten		(42)	(58)
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		(0)	(0)
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis		672	599
davon aus fortgeführten Aktivitäten		(-263)	(550)
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		(935)	(49)
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	14	2,06	1,83
davon aus fortgeführten Aktivitäten		(-0,80)	(1,68)
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		(2,86)	(0,15)

Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016

Mio. €	Anhang Nr.	2014/15	2015/16
Periodenergebnis	13, 14	714	657
Sonstiges Ergebnis			
Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden			
	32	59	-147
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	33	90	-207
Auf die Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden, entfallende Ertragsteuern		-31	60
Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten	32	-195	52
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche		-183	49
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges		-12	2
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte		0	0
Auf die Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten, entfallende Ertragsteuern		0	1
Sonstiges Ergebnis	32	-136	-95
Gesamtergebnis	32	578	562
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Gesamtergebnis	32	41	54
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	32	537	508

Bilanz zum 30. September 2016

Aktiva

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2015	30.9.2016
Langfristige Vermögenswerte		13.207	13.369
Geschäfts- oder Firmenwerte	19	3.301	3.361
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	20	464	497
Sachanlagen	21	7.955	8.141
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	22	170	126
Finanzanlagen	23	117	104
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	23	184	188
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	292	289
Latente Steueransprüche	25	724	663
Kurzfristige Vermögenswerte		14.449	11.583
Vorräte	26	5.439	5.456
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27	702	808
Finanzanlagen		6	1
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	3.435	2.734
Ertragsteuererstattungsansprüche		202	216
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	30	4.415	2.368
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	31	250	0
		27.656	24.952

Passiva

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2015	30.9.2016
Eigenkapital	32	5.172	5.332
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.793	1.934
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		-7	12
Langfristige Schulden		6.841	5.950
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	33	1.270	1.414
Sonstige Rückstellungen	34	492	383
Finanzschulden	35, 37	4.731	3.812
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	206	191
Latente Steuerschulden	25	142	150
Kurzfristige Schulden		15.643	13.670
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	35, 36	9.550	9.383
Rückstellungen	34	628	705
Finanzschulden	35, 37	2.635	947
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	2.488	2.465
Ertragsteuerschulden	35	148	170
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	31	194	0
		27.656	24.952

Eigenkapitalentwicklung

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016

Mio. €	Anhang Nr.	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	Bewertungs- effekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Währungs- umrechnungs- differenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche
30.9./1.10.2014	32	835	2.551	82	0	-441
Dividenden		0	0	0	0	0
Gesamtergebnis		0	0	-12	0	-185
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen		0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen		0	0	0	0	0
30.9./1.10.2015	32	835	2.551	70	0	-626
Dividenden		0	0	0	0	0
Gesamtergebnis		0	0	2	0	50
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen		0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen		0	0	0	0	0
30.9.2016	32	835	2.551	72	0	-576

¹In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von -24 Mio. € (2014/15: -25 Mio. €) enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden

²In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von -6 Mio. € (2014/15: -7 Mio. €) enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden

Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	Auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses entfallende Ertragsteuer	Übrige Gewinnrücklagen	Gewinnrücklagen gesamt	Eigenkapital vor Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter gesamt	davon auf das Sonstige Ergebnis entfallend	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	davon auf das Sonstige Ergebnis entfallend	Eigenkapital gesamt
-865	201	2.625	1.602	4.988		11		4.999
0	0	-319 ¹	-319	-319		-45 ²		-364
93	-31	672	537	537	(-135)	41	(-1)	578
0	0	0	0	0		0		0
126	-39	-114	-27	-27		-14		-41
-646	131	2.864	1.793	5.179		-7		5.172
0	0	-351 ¹	-351	-351		-38 ²		-389
-205	62	599	508	508	(-91)	54	(-4)	562
0	0	0	0	0		-2		-2
0	0	-16	-16	-16		5		-11
-851	193	3.096	1.934	5.320		12		5.332

Kapitalflussrechnung¹

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016

Mio. €	Anhang Nr. ²	2014/15	2015/16
EBIT		711	1.513
Zu-/Abschreibungen auf Anlagevermögen ohne Finanzanlagen	15	1.465	1.017
Veränderung von Pensions- und sonstigen Rückstellungen	33, 34	104	11
Veränderung des Nettobetriebsvermögens	26, 27, 36	-305	-283
Zahlungen Ertragsteuern		-547	-390
Umgliederung Gewinne (-) / Verluste (+) aus dem Abgang von Anlagevermögen		-214	-145
Sonstiges		381	-154
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten		1.595	1.569
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten		251	-17
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit		1.846	1.552
Unternehmensakquisitionen		-251	-112
Investitionen in Sachanlagen (ohne Finanzierungs-Leasing)	21, 22	-986	-902
Sonstige Investitionen		-619	-290
Unternehmensveräußerungen	31	66	357
Anlagenabgänge	20, 21, 22, 23	389	578
Gewinne (+) / Verluste (-) aus dem Abgang von Anlagevermögen		214	145
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten		-1.187	-224
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten		1.972	220
Cashflow aus Investitionstätigkeit		785	-4
Gewinnausschüttungen	32		
an METRO AG Gesellschafter		-319 ³	-351 ³
an andere Gesellschafter		-45 ⁴	-38 ⁴
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter		0	-89
Aufnahme von Finanzschulden		3.537	540
Tilgung von Finanzschulden		-3.624	-3.399
Gezahlte Zinsen		-334	-316
Erhaltene Zinsen		59	105
Ergebnisübernahmen und sonstige Finanzierungstätigkeit		8	-36
Mittelabfluss zur Finanzierung aus nicht fortgeführten Aktivitäten		0	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten		-718	-3.584
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten		121	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-597	-3.584
Summe der Cashflows		2.034	-2.036
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		-25	-13
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		2.009	-2.049
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober		2.408	4.417
abzüglich in den Vermögenswerten gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten		2	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober		2.406	4.415
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September gesamt		4.417	2.368
abzüglich in den Vermögenswerten gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten		2	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September	30	4.415	2.368

¹ Die Kapitalflussrechnung wird im Anhang unter Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung erläutert² Abweichungen zu den bilanziellen Werten resultieren aus bereinigten Translationseffekten und Konsolidierungskreisveränderungen³ In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von -24 Mio. € (2014/15: -25 Mio. €) enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden⁴ In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von -6 Mio. € (2014/15: -7 Mio. €) enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden

ANHANG

Segmentberichterstattung¹

Geschäftssegmente

Mio. €	Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns					
	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real	
	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16
Außenumsätze (netto)	29.690	28.999	21.737	21.869	7.735	7.478
Innenumsätze (netto)	11	10	2	2	7	9
Umsatzerlöse (netto)	29.701	29.009	21.738	21.870	7.743	7.486
EBITDA ²	1.424	1.693	595	607	142	250
EBITDA vor Sonderfaktoren ²	1.457	1.463	685	708	222	247
Abschreibungen	462	435	267	313	583	146
Zuschreibungen	13	0	7	6	0	0
EBIT ²	975	1.259	336	300	-441	103
EBIT vor Sonderfaktoren ²	1.050	1.043	442	454	88	100
Investitionen	750	614	256	406	241	260
Segmentvermögen	11.375	11.204	5.296	5.621	2.760	2.862
davon langfristig	(7.780)	(7.893)	(1.464)	(1.532)	(1.736)	(1.836)

Regionensegmente

Mio. €	Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns					
	Deutschland		Westeuropa (ohne Deutschland)		Osteuropa	
	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16
Außenumsätze (netto)	22.490	22.622	19.090	19.054	13.318	12.472
Innenumsätze (netto)	166	181	161	189	7	0
Umsatzerlöse (netto)	22.656	22.803	19.252	19.244	13.326	12.473
EBITDA ²	491	561	699	619	831	700
EBITDA vor Sonderfaktoren ²	695	748	741	761	867	796
Abschreibungen	915	494	242	230	262	241
Zuschreibungen	0	10	9	3	9	3
EBIT ²	-424	78	466	392	578	462
EBIT vor Sonderfaktoren ²	240	298	519	550	650	576
Investitionen	549	774	288	318	226	224
Segmentvermögen	8.463	8.664	6.016	6.029	4.908	5.343
davon langfristig	(4.318)	(4.312)	(3.363)	(3.390)	(3.257)	(3.619)

¹ Die Segmentberichterstattung wird unter Nummer 43 Segmentberichterstattung erläutert

² Enthält in 2015/16 Erträge aus operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen in Höhe von 102 Mio. €, die im Wesentlichen auf das Segment Sonstige beziehungsweise auf das Segment Deutschland entfallen

³ Beinhaltet auch die Konsolidierungseffekte zwischen den Regionen außerhalb Deutschlands

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						Nicht fortgeführte Aktivitäten des Konzerns	
Sonstige		Konsolidierung		METRO GROUP			
2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16
56	72	0	-0	59.219	58.417	3.021	0
676	96	-696	-117	0	0	0	0
732	168	-696	-117	59.219	58.417	3.021	0
25	-12	-10	-9	2.177	2.530	1.103	36
103	100	-9	-9	2.458	2.509	k. A.	k. A.
178	143	-4	-4	1.487	1.033	88	0
1	10	0	0	22	16	0	0
-152	-145	-6	-5	711	1.513	1.015	36
-63	-33	-5	-5	1.511	1.560	k. A.	k. A.
165	133	0	0	1.411	1.413	159	0
2.146	2.074	-434	-819	21.142	20.942	0	0
(1.241)	(1.185)	(-39)	(-32)	(12.182)	(12.414)	(0)	(0)

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						Nicht fortgeführte Aktivitäten des Konzerns			
Asien		International		Konsolidierung ³		METRO GROUP			
2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16
4.319	4.269	36.728	35.795	0	0	59.219	58.417	3.021	0
35	24	204	214	-370	-394	0	0	0	0
4.355	4.292	36.932	36.009	-370	-394	59.219	58.417	3.021	0
163	650	1.693	1.969	-7	-1	2.177	2.530	1.103	36
163	205	1.771	1.762	-7	-1	2.458	2.509	k. A.	k. A.
68	68	572	539	0	0	1.487	1.033	88	0
4	0	22	6	0	0	22	16	0	0
98	582	1.143	1.436	-7	-1	711	1.513	1.015	36
110	137	1.279	1.263	-7	-1	1.511	1.560	k. A.	k. A.
349	97	862	639	0	0	1.411	1.413	159	0
2.145	1.733	13.069	13.105	-390	-827	21.142	20.942	0	0
(1.247)	(1.094)	(7.866)	(8.104)	(-3)	(-2)	(12.182)	(12.414)	(0)	(0)

Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Grundlagen der Rechnungslegung

Die METRO AG als Konzernmutter des METRO AG Konzerns (im Folgenden auch METRO GROUP) hat ihren Sitz in der Metro-Straße 1 in 40235 Düsseldorf, Deutschland. Der vorliegende Konzernabschluss der METRO AG zum 30. September 2016 wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt. Er berücksichtigt alle zu diesem Zeitpunkt verabschiedeten und in der Europäischen Union verpflichtend anzuwendenden Bilanzierungsstandards und Interpretationen. Durch Einhaltung der Standards und Interpretationen wird ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des METRO AG Konzerns 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 (22. November 2016) ist gleichzeitig das Datum der Freigabe des Konzernabschlusses durch den Vorstand zur Veröffentlichung und Weitergabe an den Aufsichtsrat.

Der vorliegende Konzernabschluss basiert grundsätzlich auf dem historischen Anschaffungskostenprinzip. Wesentliche Ausnahmen hiervon sind zum Fair Value bilanzierte Finanzinstrumente sowie finanzielle Vermögenswerte und Schulden, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair-Value-Hedges mit ihren Fair Values bewertet werden. Ferner sind zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen sowie nicht fortgeführte Aktivitäten mit dem Fair Value abzüglich Veräußerungskosten bilanziert, sofern dieser Wert unter dem Buchwert liegt. Verbindlichkeiten aus anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich werden ebenfalls zum Fair Value ausgewiesen. Darüber hinaus sind Rückstellungen zum voraussichtlichen Erfüllungsbetrag und die finanziellen Verpflichtungen aus nicht beherrschenden Gesellschaftern

gewährten Verkaufsoptionen sowie aus Earn-out-Vereinbarungen (Verbindlichkeiten aus bedingten Kaufpreiszahlungen im Rahmen von Unternehmensakquisitionen) zum Fair Value bewertet.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt.

Zur Verbesserung der Klarheit und Aussagefähigkeit werden einzelne Posten in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie in der Bilanz zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Der Konzernabschluss wurde in Euro aufgestellt. Alle Beträge sind in Millionen Euro (Mio. €) angegeben, sofern nicht auf Abweichungen besonders hingewiesen wird. Beträge unter 0,5 Mio. € werden abgerundet und mit 0 Mio. € berichtet. Seit 2012 werden lediglich in der Gewinn- und Verlustrechnung, der Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, der Bilanz, der Eigenkapitalentwicklung sowie in der Kapitalflussrechnung die Zahlen so gerundet, dass sich aus ihnen die jeweilige Summe ergibt. In allen anderen Tabellen wurden die einzelnen Zahlen sowie die Summen getrennt voneinander gerundet. Dementsprechend können Rundungsdifferenzen auftreten.

In den folgenden Kapiteln werden die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden dargestellt, die bei der Erstellung des Konzernabschlusses zur Anwendung kamen.

Anwendung neuer Rechnungslegungsvorschriften

Im Geschäftsjahr 2015/16 erstmals angewendete Rechnungslegungsvorschriften

Im vorliegenden Konzernabschluss kamen erstmals die folgenden vom International Accounting Standards Board (IASB) überarbeiteten, ergänzten sowie neu herausgegebenen Bilanzierungsstandards und Interpretationen zur Anwendung, die im Geschäftsjahr 2015/16 für die METRO AG verpflichtend waren, sofern nicht als freiwillig vorzeitig angewendet vermerkt:

IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer)

Durch die Änderung „Leistungsorientierte Pläne: Arbeitnehmerbeiträge“ des IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) wurden Vorschriften im Hinblick auf Beiträge von Arbeitnehmern oder

dritten Parteien, die mit der Dienstzeit verknüpft sind, geändert. Ist die Höhe der Beiträge unabhängig von der Anzahl der Dienstjahre, können die Beiträge als Reduzierung des Dienstzeitaufwands in der Periode erfasst werden, in der die entsprechende Dienstzeit erbracht wird. Ist ihre Höhe hingegen von der Anzahl der Dienstjahre abhängig, müssen die Beiträge den Dienstleistungsperioden nach derselben Methode zugerechnet werden, wie dies für die Bruttoleistung erfolgt.

Die Anwendung dieser Änderung im Geschäftsjahr 2015/16 hat keine Auswirkungen, da die METRO AG bereits wie beschrieben bilanziert.

Weitere IFRS-Änderungen

Im Rahmen der jährlichen Verbesserungen der IFRS 2010–2012 wurde unter anderem der IFRS 8 (Geschäftssegmente) leicht geändert. Bei Zusammenfassung mehrerer Geschäftssegmente zu einem berichtspflichtigen Segment ist eine Beschreibung der zusammengefassten Geschäftssegmente notwendig. Zudem ist anzugeben, welche Kriterien bei der Beurteilung, ob vergleichbare wirtschaftliche Merkmale vorliegen, zugrunde gelegt wurden. Zum anderen ist eine Überleitungsrechnung von Segment- auf Konzernvermögen jetzt nur noch notwendig, wenn das Segmentvermögen Teil der Berichterstattung an die verantwortliche Unternehmensinstanz ist. Die METRO AG wird jedoch vorerst die Überleitungsrechnungen von Segment- auf Konzernvermögen weiter berichten.

Des Weiteren wurden durch die Verbesserungen 2010–2012 Regelungen im IFRS 2 (Anteilsbasierte Vergütungen) klargestellt. So beinhaltet eine Leistungsbedingung sowohl die Ableistung einer bestimmten Dienstzeit als auch die Erfüllung bestimmter Erfolgsziele innerhalb dieser Dienstzeit. Diese Erfolgsziele sind unter Bezugnahme auf die Aktivitäten des Unternehmens oder den Wert seiner Eigenkapitalinstrumente festzulegen und können sich auf die Gesamtleistung des Unternehmens oder auf Leistungen von Unternehmensteilen oder einzelnen Mitarbeitern beziehen. Die Dienstbedingung verlangt hingegen nur die Ableistung einer bestimmten Dienstzeit, ohne Erfolgsziele zu beinhalten. Zudem wurde klargestellt, dass unter Marktbedingungen nicht nur Leistungsbedingungen zu verstehen sind, die vom Marktpreis oder Wert der Eigenkapitalinstrumente des Unternehmens selbst abhängen, sondern auch solche, die vom Marktpreis oder Wert der Eigenkapitalinstrumente eines anderen Unternehmens der Gruppe abhängen.

Im IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) wurde im Rahmen der jährlichen Verbesserungen 2010–2012 ebenfalls eine

Klarstellung vorgenommen. So sind bei bedingten Gegenleistungen, die als finanzieller Vermögenswert oder Schuld klassifiziert werden, die entsprechenden Standards anzuwenden. Bedingte Gegenleistungen, die kein Eigenkapitalinstrument darstellen, sind erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren.

Die Klarstellung an IFRS 13 (Bewertung zum beizulegenden Zeitwert) durch die Verbesserungen 2010–2012 besagt, dass bei kurzfristigen Forderungen und Verbindlichkeiten ohne festgelegten Zinssatz bei Unwesentlichkeit auf eine Abzinsung verzichtet werden kann.

Die Verbesserungen 2010–2012 erweitern ferner die Definition von nahestehenden Unternehmen und Personen im IAS 24 (Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen). So fallen unter diese Definition auch Unternehmen, die selbst oder über eines ihrer Konzernunternehmen Managementleistungen in Schlüsselpositionen für das Berichtsunternehmen erbringen, ohne dass auf andere Weise ein Näheverhältnis im Sinne des IAS 24 besteht. Zudem sind beim berichtenden Unternehmen gesonderte Angaben zu den Aufwendungen für erbrachte Leistungen des nahestehenden Unternehmens zu machen.

Für IAS 16 (Sachanlagen) und IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) stellen die Verbesserungen 2010–2012 klar, dass bei Anwendung der Neubewertungsmethode die kumulierten Abschreibungen zum Bewertungszeitpunkt zu ermitteln sind.

Mit Ausnahme der Änderungen an IFRS 8 – wie oben beschrieben – haben die jährlichen Verbesserungen 2010–2012 keine wesentlichen Auswirkungen auf die METRO AG.

Die jährlichen Verbesserungen der IFRS 2011–2013 beinhalten unter anderem die Klarstellung in IFRS 1 (Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards), dass ein Unternehmen in seinem ersten IFRS-Abschluss die Wahl hat zwischen der Anwendung derzeit geltender IFRS und der vorzeitigen Anwendung neuer oder überarbeiteter IFRS, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind, sofern deren vorzeitige Anwendung gestattet ist. Die gewählte Version ist dann jedoch, vorbehaltlich abweichender Regelungen in IFRS 1, zwingend auf sämtliche im Abschluss dargestellten Perioden anzuwenden. Diese Änderung hat keine Bedeutung für die METRO AG.

In IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) stellen die Verbesserungen 2011–2013 die bestehende Ausnahme von Ge-

meinschaftsunternehmen vom Anwendungsbereich des IFRS 3 klar. So gilt die Ausnahme für sämtliche gemeinsamen Tätigkeiten im Sinne des IFRS 11 und bezieht sich nur auf die Abschlüsse des Gemeinschaftsunternehmens oder der gemeinschaftlichen Tätigkeit selbst und nicht auf die Bilanzierung bei den an der gemeinsamen Tätigkeit beteiligten Parteien.

Des Weiteren wird durch die Verbesserungen 2011–2013 in IFRS 13 (Bemessung des beizulegenden Zeitwerts) klargestellt, dass die „Portfolio Exception“ für alle Verträge gilt, die nach IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) bilanziert werden, unabhängig davon, ob sie die Definition eines finanziellen Vermögenswerts oder einer finanziellen Verbindlichkeit nach IAS 32 (Finanzinstrumente: Ausweis) erfüllen. Die „Portfolio Exception“ gestattet es, für eine Gruppe von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten, die auf Basis ihres Nettomarktrisikos oder -ausfallrisikos gesteuert wird, den beizulegenden Zeitwert dieser Gruppe so zu ermitteln, wie Marktteilnehmer die Nettorisikoposition am Bewertungsstichtag bewerten würden.

Die Klarstellung an IAS 40 (Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien) durch die Verbesserungen 2011–2013 besagt, dass

die Anwendungsbereiche des IAS 40 und des IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) unabhängig voneinander sind. Somit ist jede Anschaffung von als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien daraufhin zu untersuchen, ob es sich um die Anschaffung eines einzelnen Vermögenswerts, einer Gruppe von Vermögenswerten oder um einen Geschäftsbetrieb im Anwendungsbereich des IFRS 3 handelt. Zusätzlich sind die Kriterien des IAS 40 anzuwenden, um festzustellen, ob es sich um als Finanzinvestition gehaltene Immobilien oder um vom Eigentümer selbst genutzte Immobilien handelt.

Die beschriebenen Klarstellungen durch die Verbesserungen 2011–2013 haben keine wesentlichen Auswirkungen auf die METRO AG.

Veröffentlichte, aber im Geschäftsjahr 2015/16 noch nicht angewendete Rechnungslegungsvorschriften

Vom IASB wurden weitere Bilanzierungsstandards und Interpretationen neu verabschiedet beziehungsweise überarbeitet, die von der METRO AG im Geschäftsjahr 2015/16 noch nicht umgesetzt wurden, da sie entweder noch nicht zwingend anzuwenden waren oder von der Europäischen Kommission noch nicht zur Anwendung genehmigt wurden.

Standard/ Interpretation	Titel	Anwendungsbeginn gemäß IFRS ¹	Anwendung bei METRO AG ab ²	Genehmigt durch EU ³
IFRS 2	Anteilsbasierte Vergütungen (Klassifizierung und Bewertung von Geschäftsvorfällen mit anteilsbasierter Vergütung) ⁴	1.1.2018	1.10.2018	Nein
IFRS 4	Versicherungsverträge (Anwendung von IFRS 9 Finanzinstrumente gemeinsam mit IFRS 4 Versicherungsverträge) ⁴	1.1.2018	1.10.2018	Nein
IFRS 9	Finanzinstrumente ⁴	1.1.2018	1.10.2018	Nein
IFRS 10/IAS 28	Konzernabschlüsse/Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Änderung: Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen) ⁴	unbekannt ⁵	unbekannt ⁵	Nein
IFRS 10/IFRS 12/ IAS 28	Konzernabschlüsse/Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen/Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Änderung: Investmentgesellschaften: Anwendung der Konsolidierungsausnahme) ⁴	1.1.2016	1.10.2016	Ja
IFRS 11	Gemeinschaftliche Vereinbarungen (Änderung: Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an gemeinschaftlichen Tätigkeiten)	1.1.2016	1.10.2016	Ja
IFRS 14	Regulatorische Abgrenzungsposten ⁴	1.1.2016	1.10.2016	Nicht genehmigt
IFRS 15	Erlöse aus Verträgen mit Kunden ⁴	1.1.2018	1.10.2018	Ja
IFRS 15	Erlöse aus Verträgen mit Kunden (Klarstellung) ⁴	1.1.2018	1.10.2018	Nein
IFRS 16	Leasingverhältnisse ⁴	1.1.2019	1.10.2019	Nein
IAS 1	Darstellung des Abschlusses (Änderung: Initiative zu Angaben)	1.1.2016	1.10.2016	Ja
IAS 7	Kapitalflussrechnung (Änderung: Initiative zu Angaben) ⁴	1.1.2017	1.10.2017	Nein
IAS 12	Ertragsteuern (Änderung: Ansatz latenter Steueransprüche für unrealisierte Verluste) ⁴	1.1.2017	1.10.2017	Nein
IAS 16/IAS 41	Sachanlagen/Landwirtschaft (Änderung: Fruchttragende Pflanzen)	1.1.2016	1.10.2016	Ja
IAS 16/IAS 38	Sachanlagen/Immaterielle Vermögenswerte (Änderung: Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden)	1.1.2016	1.10.2016	Ja
IAS 27	Einzelabschlüsse (Änderung: Equity-Methode in Einzelabschlüssen)	1.1.2016	1.10.2016	Ja
Diverse	Verbesserungen der IFRS (2012–2014)	1.1.2016	1.10.2016	Ja

¹ Ohne vorzeitige Anwendung

² Anwendung erst ab 1. Oktober aufgrund der Abweichung des Geschäftsjahres vom Kalenderjahr;

Voraussetzung: Genehmigung zur Anwendung (Endorsement) durch die EU ist erfolgt

³ Stand: 22. November 2016 (Datum der Unterschrift durch den Vorstand der METRO AG)

⁴ Offizieller deutscher Titel noch nicht bekannt – daher eigene Übersetzung

⁵ Anwendungsbeginn durch das IASB auf unbestimmte Zeit verschoben

IFRS 2 (Anteilsbasierte Vergütung)

Der IFRS 2 wird durch „Klassifizierung und Bewertung von Geschäftsvorfällen mit anteilsbasierter Vergütung“ im Hinblick auf drei Aspekte geändert.

Die bisherige Regelungslücke, welche Auswirkungen Ausübungsbedingungen auf den beizulegenden Zeitwert in bar erfüllter anteilsbasierter Vergütungen haben, wurde geschlossen, indem festgelegt wurde, dass in diesem Fall dem gleichen Ansatz zu folgen ist wie bei der Bilanzierung von in Eigenkapitaltiteln erfüllten Vergütungen. So sind Marktbedingungen und Nichtausübungsbedingungen im beizulegenden Zeitwert zu berücksichtigen, Dienstbedingungen und andere Leistungsbedingungen hingegen im Mengengerüst.

Des Weiteren besteht nun eine Ausnahmeregelung für anteilsbasierte Vergütungen, bei der das Unternehmen die anteilsbasierte Vergütungsvereinbarung mit Steuereinbehalt

erfüllt. Diese anteilsbasierte Vergütung ist zukünftig komplett als in Eigenkapitaltiteln erfüllt zu klassifizieren, sofern sie als in Eigenkapital erfüllt klassifiziert worden wäre, wenn sie nicht das Merkmal der Erfüllung mit Steuereinbehalt aufgewiesen hätte.

Es wurde zudem klargestellt, dass bei einer in bar erfüllten Vergütungstransaktion, die aufgrund der Änderungen der Bedingungen zu einer in Eigenkapitaltiteln erfüllten Vergütungstransaktion umgewandelt wird, zunächst die ursprünglich für die in bar erfüllte Vergütung angesetzte Schuld auszubuchen ist. Anschließend muss die in Eigenkapitaltiteln erfüllte Vergütung mit dem beizulegenden Zeitwert zum Zeitpunkt der Modifizierung in dem Maß angesetzt werden, wie bis zum Änderungszeitpunkt Leistungen erbracht wurden. Differenzen zwischen dem Buchwert der Schuld und dem im Eigenkapital erfassten Betrag sind sofort erfolgswirksam zu erfassen.

Die beschriebenen Änderungen an IFRS 2 treten für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Vorbehaltlich eines entsprechenden EU-Endorsements wird die METRO AG die Regelungen erstmalig am 1. Oktober 2018 anwenden. Diese Änderungen werden prospektiv bei entsprechenden Transaktionen der METRO AG angewendet.

IFRS 9 (Finanzinstrumente)

Durch den neuen Standard IFRS 9 (Finanzinstrumente) werden in Zukunft die derzeitigen Regelungen des IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) zur Bilanzierung von Finanzinstrumenten ersetzt.

Finanzinstrumente sind anzusetzen, wenn das bilanzierende Unternehmen Vertragspartner wird und damit Rechte aus dem Finanzinstrument erwirbt oder vergleichbare Pflichten einget. Die Erstbewertung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten erfolgt prinzipiell zum beizulegenden Zeitwert, gegebenenfalls angepasst um Transaktionskosten. Lediglich Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ohne bedeutsame Finanzierungskomponente werden zum Transaktionspreis angesetzt.

Zum Ansatzzeitpunkt sind Regelungen zur Klassifizierung zu berücksichtigen. Mit der Klassifizierung eines finanziellen Vermögenswerts und einer finanziellen Verbindlichkeit ist wie nach IAS 39 seine Folgebewertung verknüpft. Die Klassifizierung von finanziellen Vermögenswerten erfolgt auf Grundlage der Eigenschaften der vertraglich festgelegten Cashflows des finanziellen Vermögenswerts sowie des Geschäftsmodells, mit dem das Unternehmen den finanziellen Vermögenswert steuert. Die ursprünglich vier Bewertungskategorien für finanzielle Vermögenswerte wurden auf zwei Kategorien reduziert: Finanzielle Vermögenswerte, bilanziert zu fortgeführten Anschaffungskosten (Kategorie 1) und finanzielle Vermögenswerte, bewertet zum beizulegenden Zeitwert (Kategorie 2), wobei letztere Kategorie zwei Unterkategorien kennt.

Ist das mit dem finanziellen Vermögenswert verfolgte Geschäftsmodell auf die Vereinnahmung von Zahlungen wie Tilgung und Zinsen ausgerichtet und sehen die Vertragsbedingungen bestimmbare Zahlungen ausschließlich für Zinsen und Tilgung vor, handelt es sich um ein Finanzinstrument, welches grundsätzlich zu fortgeführten Anschaffungskosten zu bilanzieren ist (Kategorie 1). Zielt das Geschäftsmodell auf die Vereinnahmung von Zahlungen und den Verkauf des finanziellen Vermögenswerts ab und sind die Zahlungszeitpunkte vorgegeben, sind die Wertänderungen seines beizu-

legenden Zeitwerts erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen (Unterkategorie 2 a). Sind die genannten Bedingungen jeweils nicht kumulativ erfüllt, ist der finanzielle Vermögenswert erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten (Unterkategorie 2 b). Die fortgeführten Anschaffungskosten werden nach der Effektivzinsmethode ermittelt, während für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert IFRS 13 (Bewertung zum beizulegenden Zeitwert) heranzuziehen ist.

Aufgrund der obigen Klassifizierungskriterien würden Eigenkapitalinstrumente prinzipiell der Unterkategorie 2 b zugeordnet werden. Für Eigenkapitalinstrumente, die die Zahlungsstrombedingung nicht erfüllen, besteht bei Erstansatz jedoch ein unwiderruflich ausübbares Wahlrecht, diese in Unterkategorie 2 a einzuordnen. Zudem können alle nicht ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente in die Unterkategorie 2 b eingeordnet werden, wenn hierdurch Ansatz- oder Bewertungsinkonsistenzen vermieden werden können (Fair-Value-Option).

Finanzielle Verbindlichkeiten werden im Regelfall zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt (Kategorie 1). In einigen Fällen, wie bei zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Verbindlichkeiten, ist jedoch eine erfolgswirksame Bewertung zum beizulegenden Zeitwert vorgeschrieben (Unterkategorie 2 b). Zudem existiert auch in diesem Fall ein Wahlrecht zur Fair-Value-Option, das heißt, die Möglichkeit einer erfolgswirksamen Bewertung zum beizulegenden Zeitwert. Im Unterschied zu finanziellen Vermögenswerten sind bei finanziellen Verbindlichkeiten eingebettete trennungspflichtige Derivate möglich. Bei Vorliegen einer Trennungspflicht wird der Basisvertrag üblicherweise nach den Regeln der Kategorie 1 und das Derivat nach den Regeln der Unterkategorie 2 b bewertet.

Anders als im IAS 39 („Incurred loss model“) stehen nach IFRS 9 die erwarteten Verluste im Fokus. Dieses „Expected loss model“ sieht grundsätzlich eine dreistufige Erfassung von Wertminderungen vor. Auf der ersten Stufe sind Wertminderungen zu erfassen, die ihre Ursache in erwarteten Zahlungsstörungen der nächsten zwölf Monate haben. Auf der zweiten Stufe sind die Zahlungsausfälle aus Zahlungsstörungen der gesamten Laufzeit zu erfassen. Die Berechnung dieser Stufe findet auf einem Portfolio gleichartiger Instrumente statt. Finanzinstrumente werden von der ersten in die zweite Stufe übertragen, wenn das Ausfallrisiko seit Zugang signifikant gestiegen ist und ein Mindestausfallrisiko übersteigt. Auf der dritten und letzten Stufe sind Wertminde-

rungen aufgrund von zusätzlichen objektiven Hinweisen hinsichtlich des einzelnen Finanzinstruments zu erfassen.

Sofern es sich um Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, bestimmte Leasingforderungen oder Contract Assets handelt und in bestimmten weiteren Fällen, kann ein vereinfachter Ansatz (Simplified Approach) angewendet werden, bei dem (ähnlich wie bei Stufe 2) die gesamte Laufzeit maßgeblich ist.

Um die Komplexität zu reduzieren und Sicherungsbeziehungen besser bilanziell nachvollziehbar zu machen, wurden folgende wesentliche Änderungen vorgenommen. Der Kreis möglicher Grundgeschäfte wurde erweitert. So können beispielsweise mehrere Risikopositionen leichter zu einem Grundgeschäft zusammengefasst und abgesichert werden. Hierbei kann die Nettoposition als Grundgeschäft designiert werden, wenn sich bei zusammengefassten Risikopositionen die Risiken zum Teil gegenseitig ausgleichen. Des Weiteren sind nun auch nicht derivative Finanzinstrumente, die in die Unterkategorie 2 b fallen, als Sicherungsinstrument designierbar. Zudem werden für die Messung der Effektivität keine Grenzwerte mehr vorgegeben. Stattdessen ist die Effektivität in Referenz zu den wirtschaftlichen Wechselwirkungen zwischen Grund- und Sicherungsgeschäft unter der Berücksichtigung von Sicherungsquote und Ausfallrisiko zu beurteilen.

Der IFRS 9 tritt für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Vorbehaltlich eines entsprechenden EU-Endorsements wird die METRO AG somit die Regelungen erstmals am 1. Oktober 2018 anwenden. Im Rahmen eines bereits gestarteten Projekts zur Einführung des IFRS 9 bei der METRO AG werden die Auswirkungen des neuen Standards im Laufe des Geschäftsjahres 2016/17 analysiert.

IFRS 10 (Konzernabschlüsse) und IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen)

In den derzeitigen Vorschriften zur Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder einem Gemeinschaftsunternehmen besteht ein Konflikt zwischen IFRS 10 (Konzernabschlüsse) und IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen). Während gemäß IAS 28 Gewinne und Verluste aus Transaktionen zwischen einem Unternehmen und seinen assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen nur entsprechend den Anteilen nicht nahestehender dritter Investoren am assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen zu erfassen sind,

schreibt IFRS 10 eine vollständige Erfolgserfassung beim Verlust der Kontrolle über ein Tochterunternehmen vor.

Durch die Änderung wird klargestellt, dass bei Transaktionen mit einem assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen das Ausmaß der Erfolgserfassung davon abhängt, ob die veräußerten oder eingebrachten Vermögenswerte einen Geschäftsbetrieb im Sinne von IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) darstellen. Hierbei ist ein Geschäftsbetrieb definiert als ein integriertes Zusammenspiel von Aktivitäten, die Inputfaktoren erfordern und durch Prozesse Outputs generieren.

Handelt es sich bei den veräußerten oder eingebrachten Vermögenswerten um einen Geschäftsbetrieb, ist eine vollständige Erlöserfassung vorzunehmen. Ein Erfolg aus dem Verkauf von Vermögenswerten, die keinen Geschäftsbetrieb darstellen, an oder ihre Einbringung in assoziierte Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen ist hingegen nur entsprechend den Anteilen nicht nahestehender dritter Investoren am assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen zu erfassen.

Sofern mehrere Vermögenswerte in separaten Transaktionen veräußert oder eingebracht werden, ist zu prüfen, ob sie einen einzigen Geschäftsbetrieb darstellen und als eine einzige Transaktion zu bilanzieren sind.

Das IASB hat den ursprünglichen Anwendungsbeginn für Berichtsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen, aufgehoben. Der Anwendungsbeginn bei der METRO AG ist demnach offen. Da die METRO AG momentan den Regelungen des IFRS 10 folgt, wird es zu entsprechenden Auswirkungen bei künftigen Transaktionen kommen.

IFRS 15 (Erlöse aus Verträgen mit Kunden)

Der neue IFRS 15 wird IAS 18 (Umsatzerlöse) und IAS 11 (Fertigungsaufträge) sowie zugehörige Interpretationen ersetzen und schreibt ein einheitliches und umfassendes Modell für die Erfassung von Erlösen mit Kunden vor.

Der neue Standard sieht ein Fünf-Schritte-Modell vor, mithilfe dessen die Höhe der Umsätze und der Zeitpunkt der Realisierung bestimmt werden sollen. Im ersten Schritt werden die Verträge mit einem Kunden identifiziert. Ein Vertrag im Sinne des IFRS 15 liegt demnach vor, wenn die Vertragspartner diesem zugestimmt haben, die Rechte des Kunden auf Güter und Dienstleistungen und die Zahlungs-

bedingungen vom Unternehmen identifiziert werden können und die Vereinbarung wirtschaftliche Substanz hat. Zudem muss es wahrscheinlich sein, dass das Unternehmen die Gegenleistung erhält. Hat ein Unternehmen mehr als einen Vertrag (nahezu) gleichzeitig mit demselben Kunden abgeschlossen und sind bestimmte Kriterien erfüllt, so sind die Verträge zusammenzufassen und wie ein einziger Vertrag zu behandeln.

Ein Vertrag im Sinne von IFRS 15 kann grundsätzlich mehrere Leistungsverpflichtungen enthalten. Im zweiten Schritt sind daher mögliche separate Leistungsverpflichtungen innerhalb eines Vertrags zu identifizieren. Eine separate Leistungsverpflichtung liegt vor, wenn das Gut oder die Dienstleistung einzeln abgrenzbar ist. Dies ist der Fall, wenn das Gut oder die Dienstleistung vom Kunden einzeln oder zusammen mit anderen jederzeit verfügbaren Ressourcen genutzt wird und von anderen Zusagen im Vertrag abgegrenzt werden kann.

Im dritten Schritt ist der Transaktionspreis zu bestimmen, der der erwarteten Gegenleistung entspricht. Die Gegenleistung kann fixe und variable Komponenten beinhalten. Bei variabler Vergütung ist der erwartete Betrag vorsichtig zu schätzen, wobei der Ansatz entweder mit dem Erwartungswert oder dem wahrscheinlichsten Betrag erfolgt, je nachdem, welcher Wert die Gegenleistung am besten widerspiegelt. Zudem umfasst die Gegenleistung den Zinseffekt, sofern der Vertrag eine wesentliche Finanzierungskomponente enthält, den beizulegenden Zeitwert von nicht zahlungswirksamen Gegenleistungen und die Auswirkungen von Zahlungen, die an den Kunden geleistet werden, wie zum Beispiel Rabatte und Gutscheine.

Die Aufteilung des Transaktionspreises auf die separaten Leistungsverpflichtungen erfolgt im vierten Schritt. Grundsätzlich ist der Transaktionspreis auf die einzelnen identifizierten Leistungsverpflichtungen im Verhältnis der relativen Einzelveräußerungspreise aufzuteilen. Zur Festlegung der Einzelveräußerungspreise muss auf beobachtbare Daten zurückgegriffen werden. Sofern dies nicht durchführbar ist, sind Schätzungen vorzunehmen. Zu diesem Zweck schlägt IFRS 15 verschiedene Schätzmethoden vor, wonach sich die Schätzung an Marktpreisen für ähnliche Leistungen oder an den erwarteten Kosten zuzüglich eines Aufschlags orientiert. In Ausnahmefällen darf die Schätzung auch auf der Residualwertmethode basieren.

Im fünften und letzten Schritt wird im Moment der Erfüllung der Leistungsverpflichtung der Umsatz realisiert. Die Leistungsverpflichtung ist erfüllt, wenn die Kontrolle über das Gut

oder die Dienstleistung auf den Kunden übertragen wurde. Die Erfüllung kann sowohl zeitpunkt- als auch zeitraumbezogen erfolgen. Bei einer zeitraumbezogenen Erfüllung sind die Umsatzerlöse so über den Zeitraum zu erfassen, dass die kontinuierliche Übertragung am besten widerspiegelt wird.

Neben dem fünfstufigen Modell behandelt IFRS 15 diverse Sonderthemen, wie beispielsweise die Behandlung von Kosten zur Erlangung und Erfüllung eines Vertrags, den Ausweis von aktiven und passiven Vertragsposten, Rückgaberechten, Kommissionsgeschäften sowie von Kundentreue- und Kundenbindungsprogrammen. Zudem wurden die Angabepflichten im Anhang deutlich erweitert. So sind künftig unter anderem qualitative und quantitative Angaben zu Verträgen mit Kunden, zu den wesentlichen Schätzungen und Ermessensentscheidungen sowie zu Veränderungen im Zeitablauf zu machen.

Der IFRS 15 tritt für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Die METRO AG wird die Regelungen somit erstmals am 1. Oktober 2018 anwenden. Im Rahmen eines bereits gestarteten Projektes zur Einführung des IFRS 15 bei der METRO AG werden die Auswirkungen des neuen Standards im Laufe des kommenden Geschäftsjahres analysiert.

Nachträglich zur Verabschiedung des neuen IFRS 15 wurde eine Klarstellung veröffentlicht. Sie ergänzt die Regelungen des IFRS 15 im Hinblick auf die Identifizierung von Leistungsverpflichtungen, die Prinzipal-Agenten-Abgrenzung sowie die Separierung von Lizenzen und enthält zudem Erleichterungen für den Übergang auf IFRS 15.

Die Klarstellung an IFRS 15 tritt für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Vorbehaltlich eines entsprechenden EU-Endorsements wird die METRO AG die Regelungen somit erstmals am 1. Oktober 2018 anwenden. Im Rahmen des bereits gestarteten Projekts zur Einführung des IFRS 15 bei der METRO AG werden die Auswirkungen der Klarstellung Berücksichtigung finden.

IFRS 16 (Leasingverhältnisse)

Der neue Standard IFRS 16 wird den derzeit geltenden Standard IAS 17 (Leasingverhältnisse) sowie IFRIC 4 (Beurteilung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält) ersetzen. In den Anwendungsbereich des IFRS 16 fallen grundsätzlich die Nutzungsüberlassung von Vermögenswerten, Miet- und Pachtverträge, Untermietverhältnisse sowie Sale-and-Leaseback-Transaktionen. In Bezug auf das Leasing bestimmter

immaterieller Vermögenswerte besteht ein Wahlrecht zur Anwendung des IFRS 16, während beispielsweise Vereinbarungen über Dienstleistungskonzessionen oder das Leasing von natürlichen Ressourcen nicht in den Anwendungsbereich des IFRS 16 fallen.

Die Definition eines Leasingverhältnisses nach IFRS 16 stellt im Vergleich zu IAS 17 das Kontrollkriterium in den Vordergrund. So besteht ein Leasingverhältnis, wenn ein Vertrag das Recht einräumt, den Nutzen eines bestimmten Vermögenswerts über einen festgelegten Zeitraum gegen Entgelt zu kontrollieren.

Die wesentliche Neuerung des IFRS 16 im Vergleich zu IAS 17 betrifft die Bilanzierung beim Leasingnehmer. So entfällt bei diesem künftig die Klassifizierung in Operating-Leasing- und Finanzierungs-Leasingverhältnisse. Vielmehr muss der Leasingnehmer zu dem Zeitpunkt, zu dem ihm der Leasinggeber den Vermögenswert zur Nutzung überlässt, eine Verbindlichkeit und korrespondierend das Nutzungsrecht am Leasingobjekt als sogenanntes Right-of-Use-Asset ansetzen.

Der Leasingnehmer hat die Verbindlichkeit in Höhe des Barwerts der zukünftigen Leasingzahlungen anzusetzen. Die Leasingzahlungen setzen sich zusammen aus der Summe aller fixen Leasingzahlungen abzüglich Anreizzahlungen für den Vertragsabschluss. Hinzuzurechnen sind alle indexbasierten variablen Leasingzahlungen. Zudem sind variable Zahlungen, die wirtschaftlich betrachtet fixe Zahlungen darstellen, sowie erwartete Zahlungen, die aufgrund von Restwertgarantien zu leisten sind, zu berücksichtigen. Kaufpreisoptionen und Mietverlängerungsoptionen sind einzubeziehen, sofern deren Ausübung hinreichend sicher ist. Auch vertraglich vereinbarte Entschädigungszahlungen bei vorzeitiger Vertragsbeendigung seitens des Leasingnehmers müssen erfasst werden, wenn von einer vorzeitigen Vertragsbeendigung ausgegangen wird.

Bei der Bewertung ist der dem Leasingverhältnis implizite Zinssatz zu verwenden. Ist dieser vom Leasingnehmer nicht bestimmbar, kann er seinen Grenzfremdkapitalzinssatz zugrunde legen. Die Leasingverbindlichkeit wird über die Laufzeit mittels Effektivzinsmethode aufgezinnt und unter Berücksichtigung der geleisteten Leasingzahlungen fortgeschrieben. Änderungen der Berechnungsparameter, zum Beispiel hinsichtlich der Vertragslaufzeit, der Einschätzung über die Ausübung einer Kaufoption oder der erwarteten Leasingzahlungen führen zu einer Neubewertung der Verbindlichkeit.

Das parallel anzusetzende Right-of-Use-Asset ist grundsätzlich mit dem Wert der Verbindlichkeit zu aktivieren. Zudem sind bereits geleistete Leasingzahlungen und direkt zurechenbare Kosten einzubeziehen. Vom Leasinggeber erhaltene Zahlungen, die mit dem Leasing in Verbindung stehen, sind abzuziehen. Wiederherstellungsverpflichtungen aus Leasingverhältnissen sind bei der Bewertung ebenfalls zu berücksichtigen.

Das Right-of-Use-Asset kann entsprechend IAS 16 (Sachanlagen) beziehungsweise IAS 40 (Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien) zu fortgeführten Anschaffungskosten oder gemäß Neubewertungsmethode folgebewertet werden. Bei Anwendung der fortgeführten Anschaffungskostenmethode ist es planmäßig über die kürzere Periode der Nutzungsdauer oder Vertragslaufzeit abzuschreiben. Ist hingegen bereits zu Beginn des Leasingverhältnisses hinreichend sicher, dass das Eigentum auf den Leasingnehmer übergehen wird, erfolgt die Abschreibung über die Nutzungsdauer des zugrunde liegenden Vermögenswerts. IAS 36 (Wertminderung von Vermögenswerten) ist zu berücksichtigen.

Eine Neubewertung der Leasingverbindlichkeit aufgrund von Änderungen der Leasingzahlungen führt korrespondierend zu einer grundsätzlich erfolgsneutralen Anpassung des Right-of-Use-Assets. Den Buchwert übersteigende, negative Anpassungen sind erfolgswirksam zu erfassen.

Für den Leasingnehmer sind diverse Wahlrechte vorgesehen. So besteht bei der Bilanzierung und Bewertung ein Wahlrecht zur Portfoliobildung von Verträgen mit gleichen oder ähnlichen Eigenschaften. Zudem existiert ein Wahlrecht bei kurzfristigen Leasingverträgen (Laufzeit maximal zwölf Monate) und sogenannten Low-Value-Assets den Right-of-Use-Ansatz nicht anzuwenden. Low-Value-Assets sind hierbei Bestandteile von Leasingverhältnissen, die einzeln betrachtet unwesentlich für die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens sind. Bei Inanspruchnahme dieses Wahlrechts wird der Leasingvertrag vergleichbar zu den bislang geltenden Regelungen des IAS 17 zu Operating-Leasingverhältnissen bilanziert.

Im Anhang sind künftig umfangreiche qualitative und quantitative Angaben vorzunehmen.

Die geänderte Definition eines Leasingverhältnisses gilt auch für den Leasinggeber und kann zu von IAS 17 abweichenden Beurteilungen führen. Im Rahmen der Bilanzierung erfolgt

jedoch weiterhin eine Klassifizierung in Operating Leasing- und Finanzierungs-Leasingverhältnisse. Hier gibt es keine wesentlichen Änderungen durch den IFRS 16 mit Ausnahme von Sale-and-Leaseback-Transaktionen.

So muss bei Sale-and-Leaseback-Transaktionen zunächst das verkaufende Unternehmen beurteilen, ob nach IFRS 15 tatsächlich ein Verkauf stattgefunden hat. Ist dies zu bejahen, muss das übertragende Unternehmen ein Right-of-Use-Asset in Höhe des anteiligen Buchwerts des Vermögensgegenstands, gemessen am zurückbehaltenen Nutzungsrecht, bilanzieren. Eine Gewinnrealisierung findet in diesem Fall nur in Höhe des an den Leasinggeber übertragenen Anteils statt. Liegt kein Verkauf vor, wird die Transaktion wie eine Finanzierung behandelt, ohne dass es zu einem Abgang des Vermögenswerts kommt.

Der IFRS 16 tritt für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2019 beginnen. Vorbehaltlich eines entsprechenden EU-Endorsements muss die METRO AG die Regelungen erstmalig erst am 1. Oktober 2019 verpflichtend anwenden. Im Rahmen eines bereits gestarteten Projekts zur Einführung des IFRS 16 bei der METRO AG werden die Auswirkungen des neuen Standards im Laufe des Geschäftsjahres 2016/17 analysiert.

IAS 1 (Darstellung des Abschlusses)

Im Rahmen der „Initiative zu Angaben“ wurden an IAS 1 (Darstellung des Abschlusses) im Hinblick auf das Prinzip der Wesentlichkeit, auf die Darstellung der Vermögenslage und auf die Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung oder im Sonstigen Ergebnis sowie auf die Angaben im Anhang die folgenden Änderungen vorgenommen.

Das Prinzip der Wesentlichkeit ist dahingehend zu interpretieren, dass Informationen nicht durch Aggregation verschleiert werden dürfen, Wesentlichkeitserwägungen auf alle Bestandteile des Abschlusses anzuwenden sind und dass das Prinzip auch dann zu berücksichtigen ist, wenn ein Standard spezifische Angaben vorschreibt.

Es wurde klargestellt, dass die Ausweiszeilen in den Abschlussbestandteilen aus Gründen der Relevanz aufgliedert oder zusammengefasst werden können und Konkretisierungen in Bezug auf Zwischensummen in den Abschlussbestandteilen aufgenommen werden. Zudem sind künftig die Anteile am Sonstigen Ergebnis von assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, innerhalb des Sonstigen Ergebnisses des Kon-

zerns in Abhängigkeit davon auszuweisen, ob sie später in der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgswirksam ausgewiesen werden oder nicht.

In Bezug auf Angaben wurde klargestellt, dass bei der Bestimmung ihrer Reihenfolge die Prinzipien der Verständlichkeit und Vergleichbarkeit zu berücksichtigen sind.

Die beschriebenen Änderungen an IAS 1 treten für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Die METRO AG wird die Regelungen somit erstmalig am 1. Oktober 2016 anwenden. Diese Änderungen werden einen geringen Einfluss auf den Ausweis im Konzernabschluss der METRO AG haben.

IAS 7 (Kapitalflussrechnungen)

Künftig sind gemäß der Änderung des IAS 7 im Rahmen der „Initiative zu Angaben“ die folgenden Veränderungen im Fremdkapital als Ergebnis von Finanzierungstätigkeiten anzugeben: Veränderungen bei den Cashflows aus Finanzierungstätigkeit, Veränderungen als Ergebnis der Erlangung beziehungsweise des Verlusts von Beherrschung über Tochter- oder andere Unternehmen, Auswirkungen von Wechselkursänderungen, Änderungen von beizulegenden Zeitwerten und sonstige Änderungen. Hierbei sind Finanzschulden definiert als solche, deren Zahlungsvorgänge in der Kapitalflussrechnung als Cashflows aus Finanzierungstätigkeit klassifiziert wurden oder werden.

Des Weiteren sind Veränderungen in den Finanzschulden getrennt von Veränderungen anderer Vermögenswerte und Schulden anzugeben.

Die beschriebenen Änderungen an IAS 7 treten für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnen. Vorbehaltlich eines entsprechenden EU-Endorsements wird die METRO AG die Regelungen erstmalig am 1. Oktober 2017 anwenden und ihren Ausweis entsprechend erweitern.

Weitere IFRS-Änderungen

Die jährlichen Verbesserungen der IFRS 2012–2014 beinhalten unter anderem eine Klarstellung in IAS 34 (Zwischenberichterstattung) hinsichtlich der Angabe von Informationen an anderer Stelle im Zwischenbericht. Diese Formulierung wurde angepasst, sodass künftig eine Reihe von Angaben durch Verweise auf den Lagebericht ersetzt werden dürfen. Die Möglichkeit von Verweisen wird für die METRO AG eine Erleichterung bei der Erstellung des Anhangs herbeiführen.

Zudem wurden im Rahmen der Verbesserungen zwei Klarstellungen an IFRS 5 (Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche) vorgenommen. Wenn ein Unternehmen einen Vermögenswert (oder eine Veräußerungsgruppe) aus der Kategorie zur Veräußerung gehalten in die Kategorie zu Ausschüttungszwecken gehalten umklassifiziert, wird diese Umklassifizierung als Fortsetzung des ursprünglichen Plans der Veräußerung angesehen, sofern dies ohne zeitliche Verzögerung geschieht. So können weiterhin die Rechnungslegungsvorschriften für zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte (oder Veräußerungsgruppen) angewendet werden. Entsprechendes gilt für eine Umklassifizierung von der Kategorie als zur Ausschüttung gehalten in die Kategorie zur Veräußerung gehalten. Hierbei ist zu beachten, dass die Umklassifizierung nicht die Zeitspanne verlängert, in der der Verkauf beziehungsweise die Ausschüttung abgeschlossen sein muss.

Analog zu den Vorschriften für die Bilanzierung als zur Veräußerung gehalten, ist ein Vermögenswert (oder eine Veräußerungsgruppe) nicht mehr nach IFRS 5 zu bilanzieren, sobald die Voraussetzungen für die Bilanzierung als zu Ausschüttungszwecken gehalten nicht mehr erfüllt sind.

Die Änderungen durch die jährlichen Verbesserungen der IFRS 2012–2014 treten für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Juli 2016 beginnen. Die METRO AG wird somit am 1. Oktober 2016 den geänderten IAS 34 erstmalig retrospektiv und den geänderten IFRS 5 prospektiv für künftige Transaktionen anwenden.

Die erstmalige Anwendung der übrigen in der Tabelle aufgeführten Standards und Interpretationen sowie anderer, in den jährlichen Verbesserungen geänderter Standards wird nach derzeitiger Einschätzung zu keinen wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns führen.

New Operating Model

Die METRO GROUP hat im Zuge der Einführung des New Operating Model ab dem 1. Oktober 2015 die einzelnen METRO Cash & Carry Länder in die drei Cluster Horeca (Fokus auf Hotels, Restaurants und Caterer), Trader (Fokus auf unabhängige Wiederverkäufer wie zum Beispiel Kioskbetreiber, Bäcker und Metzger) sowie Multispecialists (neben den übrigen Kundengruppen auch Fokus auf sogenannte „Service Companies and Offices“) aufgeteilt. Grundlage der Aufteilung war neben der strategischen Fokussierung auf Kundengruppen das jeweils

erwartete Marktpotenzial. Für die operative Steuerung der drei Cluster ist die Segmentleitung von METRO Cash & Carry gemeinsam mit dem zuständigen Vorstandsmitglied verantwortlich. Drei operative Partner haben das funktionale Mandat für jeweils ein Cluster und unterstützen die jeweiligen Länder mit übergreifenden kundengruppenspezifischen Maßnahmen.

Die Einführung des New Operating Model führte einerseits zur Veränderung der identifizierten operativen Segmente bei METRO Cash & Carry im Einklang mit IFRS 8. Die oben genannten drei Cluster stellen nunmehr operative Segmente dar, da sich die interne Ressourcenallokation und die Performancemessung durch den so genannten Chief Operating Decision Maker (Vorstand der METRO AG) an den drei Clustern orientiert. Zuvor handelte es sich bei einzelnen Ländern um operative Segmente. Da die drei Cluster trotz ihrer strategisch unterschiedlichen Fokussierung derzeit hinreichende Ähnlichkeiten hinsichtlich ihres Geschäftsmodells, ihrer Produkte und Dienstleistungen sowie ihrer Kundenstruktur aufweisen – insbesondere in Abgrenzung zu den übrigen Berichtssegmenten der METRO GROUP – werden diese drei operativen Segmente zu einem berichtspflichtigen Segment zusammengefasst.

Darüber hinaus führte die neue Unternehmenssteuerung beziehungsweise -überwachung zu einer modifizierten internen Berichtsstruktur, sodass eine Überwachung der Geschäfts- oder Firmenwerte nicht mehr auf der bisherigen Ebene (Vertriebslinie/Land), sondern auf der Ebene der drei Cluster vorgenommen wird. Die Geschäfts- oder Firmenwerte wurden entsprechend realloziert, die erforderliche Werthaltigkeitsprüfung vor Reallokation führte zu keinen Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten.

Geänderter Ausweis

In der Gewinn- und Verlustrechnung wird seit dem Geschäftsjahr 2015/16 das Ergebnis von nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen, die einen operativen Bezug zur gewöhnlichen Geschäftstätigkeit haben, innerhalb des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) unter der Position „Ergebnisanteil aus operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen“ ausgewiesen. Es handelt sich hierbei im Wesentlichen um Immobiliengesellschaften, deren Immobilien die METRO GROUP anmietet. Die Ergebnisse aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen ohne operativen Bezug, werden weiterhin innerhalb des Finanzergebnisses unter „Ergebnisanteil aus nicht operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen“ gezeigt.

Hierdurch wird einer höheren Transparenz der operativen Tätigkeit der METRO GROUP Rechnung getragen. Aus Gründen der Unwesentlichkeit wurde auf eine Anpassung der Vorjahreswerte verzichtet.

Segmentberichterstattung

Um der internen Berichterstattung besser Rechnung zu tragen, umfasst die Segmentberichterstattung nun zusätzlich das EBITDA vor Sonderfaktoren sowie das EBIT vor Sonderfaktoren. Auf die Angaben von EBITDAR, Segmentschulden, Verkaufsflächen und Standorten wird hingegen verzichtet.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden außer der METRO AG alle Unternehmen einbezogen, bei denen die METRO AG mittel- oder unmittelbar die Beherrschung innehat, sofern diese Unternehmen einzeln sowie auch insgesamt nicht unbedeutend für den Konzernabschluss sind. Eine Beherrschung liegt vor, wenn die Möglichkeit besteht, durch die Mehrheit der Stimmrechte oder gemäß Satzung, Unternehmensvertrag oder vertraglicher Vereinbarung die Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik eines Unternehmens auszuüben, um aus dessen Tätigkeit Nutzen zu ziehen.

Das operative Geschäft der METRO GROUP ist in folgende drei Vertriebslinien unterteilt:

- METRO Cash & Carry
- Media-Saturn
- Real

Anteile nicht beherrschender Gesellschafter bestehen hauptsächlich an der Vertriebslinie Media-Saturn. Eine Aufstellung der wesentlichen Anteile nicht beherrschender Gesellschafter ist unter Nummer 32 zu finden.

Es werden außer der METRO AG 653 deutsche (30.9.2015: 625) und 643 internationale (30.9.2015: 633) Unternehmen in den Konzernabschluss einbezogen.

Im Geschäftsjahr 2015/16 hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt geändert:

Stand 1.10.2015	1.259
Veränderungen im Geschäftsjahr 2015/16	
Verschmelzung auf andere Konzerngesellschaften	5
Verkäufe	1
Sonstige Abgänge	19
Neugründungen	25
Erwerbe	32
Sonstige Zugänge	6
Stand 30.9.2016	1.297

Die entkonsolidierten Gesellschaften werden bis zum Zeitpunkt ihres Abgangs als Konzernunternehmen berücksichtigt.

Die Verschmelzungen auf andere Konzerngesellschaften umfassen 4 Gesellschaften des Segments Media-Saturn sowie 1 Gesellschaft im Segment Sonstige.

Die sonstigen Abgänge setzen sich aus folgenden Sachverhalten zusammen:

- Liquidationen (13 Gesellschaften)
- Anwachsungen (6 Gesellschaften)

Die Zugänge aufgrund von Neugründungen betreffen die Segmente Media-Saturn (13 Gesellschaften), METRO Cash & Carry (6 Gesellschaften) und Sonstige (6 Gesellschaften).

Die Erwerbe betreffen im Wesentlichen die Übernahme der RTS-Gruppe und der Rungis-Gruppe durch die Segmente Media-Saturn (21 Gesellschaften) beziehungsweise METRO Cash & Carry (10 Gesellschaften).

Die sonstigen Zugänge haben sich aufgrund der Änderung der Konsolidierungsart ergeben und betreffen ausschließlich das Segment METRO Cash & Carry.

Einflüsse aus der Veränderung des Konsolidierungskreises werden, sofern sie von besonderer Bedeutung sind, unter den entsprechenden Abschlussposten gesondert erläutert.

8 verbundene Tochterunternehmen werden aus Wesentlichkeitsgründen nicht vollkonsolidiert, sondern zu Anschaffungskosten bilanziert in der Position Finanzanlagen ausgewiesen.

Strukturierte Unternehmen

Bei den strukturierten Unternehmen im Konzern handelt es sich um Vermietungsgesellschaften. Gegenstand der Vermietungsgesellschaften ist im Wesentlichen der Erwerb sowie die Vermietung und Verwaltung von Vermögenswerten. Zum Bilanzstichtag sind 11 (30.9.2015: 11) strukturierte Unternehmen vollkonsolidiert. Beziehungen zu nicht konsolidierten strukturierten Unternehmen bestehen nicht.

Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

21 assoziierte Unternehmen (30.9.2015: 25) und 7 Gemeinschaftsunternehmen (30.9.2015: 4) werden nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Weitere 3 Gesellschaften (30.9.2015: 3), bei denen die METRO AG mittel- oder unmittelbar einen Stimmrechtsanteil zwischen 20 und 50 Prozent innehat, werden zu Anschaffungskosten bilanziert, da entweder die Assoziierungsvermutung widerlegt wurde oder aus Wesentlichkeitsüberlegungen auf die Anwendung der Equity-Methode verzichtet werden konnte.

Die Angaben beziehen sich auf alle operativen Einheiten im Anteilsbesitz des jeweiligen Tochterunternehmens.

**Übersicht der wesentlichen Tochterunternehmen
mit Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter**

in Mio. €

Name	Sitz	in %	Stand am 30.9.2015	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		langfristige Vermögens- werte ¹	kurzfristige Vermögens- werte ¹	langfristige Schulden ¹	kurzfristige Schulden ¹	Umsatz- erlöse ¹	Gewinn- anteile ^{1,2}
				gezahlte Dividende ¹	Stand am 30.9.2015						
METRO Cash & Carry											
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	10,00	-4	0	253	744	3	883	2.632	0	
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest, Rumänien	15,00	0	0	81	335	44	172	892	0	
Media-Saturn											
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	21,62	2	-109	1.313	2.688	110	2.819	9.780	51	
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	21,62	-11	0	11	413	29	467	2.168	-1	
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	21,62	-29	-33	102	602	6	619	1.784	9	
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	21,62	3	-13	104	291	17	402	1.485	6	
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	21,62	-37	-35	41	373	22	340	1.124	10	
OOO Media-Markt-Saturn	Moskau, Russland	21,62	-1	0	104	186	21	271	761	-9	
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o.	Warschau, Polen	21,62	-12	-22	55	227	11	265	977	6	
Sonstige Gesellschaften											
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	0,49	0	0	196	1.725	17	1.759	0	0	

Name	Sitz	in %	Stand am 30.9.2016	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		langfristige Vermögens- werte ¹	kurzfristige Vermögens- werte ¹	langfristige Schulden ¹	kurzfristige Schulden ¹	Umsatz- erlöse ¹	Gewinn- anteile ^{1,2}
				gezahlte Dividende ¹	Stand am 30.9.2016						
METRO Cash & Carry											
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	10,00	-9	0	276	738	3	856	2.635	4	
Media-Saturn											
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	21,62	23	-74	1.517	2.590	107	3.129	10.007	40	
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	21,62	-13	0	110	453	28	495	2.084	3	
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	21,62	-42	-36	119	688	4	700	1.895	13	
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	21,62	-1	-10	105	296	16	399	1.573	6	
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	21,62	-46	-35	53	385	25	355	1.139	11	
OOO Media-Markt-Saturn	Moskau, Russland	21,62	-10	0	64	184	67	228	534	-21	
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o.	Warschau, Polen	21,62	-20	-25	56	237	11	277	990	6	
Sonstige Gesellschaften											
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	0,49	-1	0	196	1.884	19	1.907	0	0	

¹ Für Media-Saturn jeweils einschließlich der operativen Landeseinheiten, an denen (teilweise) noch weitere nicht beherrschende Gesellschafter beteiligt sind

² Auf nicht beherrschende Gesellschafter entfallende Gewinnanteile

— Eine Übersicht aller wesentlichen Konzerngesellschaften findet sich unter Nummer 55 Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften. Darüber hinaus erfolgt eine vollständige Auflistung aller Konzerngesellschaften sowie

der assoziierten Unternehmen unter Nummer 57 Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns zum 30. September 2016 gemäß § 313 HGB.

Konsolidierungsgrundsätze

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden gemäß IFRS 10 (Konzernabschlüsse) nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Sofern die lokalen Geschäftsjahre einbezogener Tochterunternehmen nicht am Abschlussstichtag der METRO AG am 30. September enden, wurden zum Zwecke der IFRS-Konsolidierung Zwischenabschlüsse aufgestellt. Tochterunternehmen werden grundsätzlich vollkonsolidiert, sofern sie wesentlich für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bilds der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sind.

Die Kapitalkonsolidierung wird gemäß IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) nach der Erwerbsmethode vorgenommen. Dabei erfolgt bei Unternehmenszusammenschlüssen die Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt des Erwerbs. Nach Aufdeckung der stillen Reserven und stillen Lasten verbleibende positive Unterschiedsbeträge werden als Geschäfts- oder Firmenwerte aktiviert. Geschäfts- oder Firmenwerte werden einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch unterjährig – auf Wertminderungen hin überprüft. Sofern bei einer Einheit, der ein Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wurde, der Buchwert den erzielbaren Betrag übersteigt, wird der Geschäfts- oder Firmenwert um den Differenzbetrag abgeschrieben.

Darüber hinaus werden bei Unternehmenserwerben auch die auf Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallenden stillen Reserven und stillen Lasten aufgedeckt und im Eigenkapital unter der Position „Anteile nicht beherrschender Gesellschafter“ gezeigt. Vom Wahlrecht, die auf die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallenden Geschäfts- oder Firmenwerte zu bilanzieren, wird in der METRO GROUP kein Gebrauch gemacht. Negative Unterschiedsbeträge aus einem Unternehmenszusammenschluss werden gemäß IFRS 3 nach Zuordnung stiller Reserven und stiller Lasten sowie nochmaliger Überprüfung in der Periode, in der der Zusammenschluss stattgefunden hat, erfolgswirksam vereinnahmt.

Erwerbe von weiteren Anteilen an Gesellschaften, bei denen die Beherrschung bereits erlangt wurde, werden als Eigenkapitaltransaktionen verbucht. Somit erfolgen weder Anpassungen auf den Fair Value der Vermögenswerte und Schulden noch werden Gewinne oder Verluste vereinnahmt. Ein Unterschiedsbetrag

zwischen den Kosten des zusätzlichen Anteils und dem Buchwert des Nettovermögens zum Zugangszeitpunkt wird direkt mit dem auf den Erwerber entfallenden Kapital verrechnet.

In Einzelabschlüssen konsolidierter Tochterunternehmen getätigte Ab- beziehungsweise Zuschreibungen auf Anteile an konsolidierten Tochterunternehmen werden zurückgenommen.

Beteiligungen an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen werden nach der Equity-Methode gemäß den für die Vollkonsolidierung geltenden Grundsätzen behandelt, wobei ein vorhandener Geschäfts- oder Firmenwert im Beteiligungsansatz enthalten ist. Der Ausweis der Ergebnisse aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen, Gemeinschaftsunternehmen und gemeinschaftlichen Tätigkeiten in der Gewinn- und Verlustrechnung richtet sich danach, ob das Beteiligungsunternehmen eine operative oder nicht operative Tätigkeit ausübt. Zu der operativen Tätigkeit zählen sowohl das Handelsgeschäft als auch hierbei unterstützende Tätigkeiten (zum Beispiel An-/Vermietung von Handelsimmobilien, Einkauf, Logistik). Ergebnisse von operativen assoziierten Unternehmen, Gemeinschaftsunternehmen und gemeinschaftlichen Tätigkeiten sind im betrieblichen Ergebnis (EBIT) enthalten, Ergebnisse von nicht operativen Unternehmen im Finanzergebnis. Gegebenenfalls abweichende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden in den Abschlüssen von Unternehmen, die nach der Equity-Methode bewertet sind, werden beibehalten, sofern sie den konzernerheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der METRO GROUP nicht wesentlich entgegenstehen.

Bei gemeinschaftlichen Tätigkeiten weist jedes der Partnerunternehmen gemäß IFRS 11 seinen Anteil an den gemeinschaftlich gehaltenen Vermögenswerten sowie den gemeinschaftlich entstandenen Verbindlichkeiten in der eigenen Bilanz aus.

Konzerninterne Gewinne und Verluste werden eliminiert, Umsatzerlöse, Aufwendungen und Erträge sowie zwischen konsolidierten Konzernunternehmen bestehende Forderungen und Verbindlichkeiten beziehungsweise Rückstellungen werden konsolidiert. Zwischenergebnisse im Anlage- oder Vorratsvermögen aus konzerninternen Lieferungen werden eliminiert, wenn sie nicht von untergeordneter Bedeutung sind. Auf Konsolidierungsvorgänge werden latente Steuern gemäß IAS 12 (Ertragsteuern) abgegrenzt.

Nicht realisierte Gewinne aus Transaktionen mit nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen werden gegen die Beteiligung in Höhe des Anteils des Konzerns an dem Beteiligungsunternehmen ausgebucht.

Bei gemeinschaftlichen Tätigkeiten weist jedes der Partnerunternehmen den eigenen Anteil an den Umsatzerlösen, Erträgen und Aufwendungen, die mit der gemeinschaftlichen Tätigkeit verbunden sind, in seiner Gewinn- und Verlustrechnung aus.

Eine Verminderung der Anteile an Tochterunternehmen ist als erfolgsneutrale Eigenkapitaltransaktion in den Gewinnrücklagen darzustellen, solange die Muttergesellschaft weiterhin über eine Beherrschung verfügt. Führt eine Verminderung oder der gesamte Abgang der Anteile zum Verlust der Beherrschung, wird die Vollkonsolidierung des Tochterunternehmens zu dem Zeitpunkt beendet, an dem das Mutterunternehmen die Möglichkeit der Beherrschung verliert. Sämtliche zuvor vollkonsolidierten Vermögenswerte, Schulden und Eigenkapitalposten werden zu fortgeführten Konzernbuchwerten ausgebucht. Die Entkonsolidierung der abgehenden Anteile erfolgt gemäß den allgemeinen Regeln zur Entkonsolidierung. Liegt weiterhin eine Restbeteiligung vor, wird diese mit ihrem Fair Value als Finanzinstrument nach IAS 39 oder als Beteiligung, bewertet nach der Equity-Methode gemäß IAS 28, eingebucht.

Währungsumrechnung

Geschäftsvorfälle in Fremdwährung

In den Einzelabschlüssen der Tochterunternehmen werden Geschäftsvorfälle in fremder Währung mit dem Kurs zum Zeitpunkt der Transaktion bewertet. Zum Abschlussstichtag werden monetäre Vermögenswerte und Schulden in fremder Währung zum Stichtagskurs bewertet. Nicht monetäre Vermögenswerte und Schulden, die zum Fair Value in einer Fremdwährung bewertet sind, werden zu dem Kurs umgerechnet, der zum Zeitpunkt der Ermittlung des Fair Values gültig war. Nicht monetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten in Fremdwährung bewertet werden, werden zum Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles umgerechnet.

Gewinne und Verluste aus bis zum Bilanzstichtag eingetretenen Wechselkursschwankungen werden grundsätzlich erfolgswirksam berücksichtigt. Währungsumrechnungsdifferenzen aus Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten, die als Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb anzusehen sind, sowie aus zur Veräußerung gehaltenen Eigenkapitalinstrumenten und qualifizierten Absicherungen von Zahlungsströmen werden erfolgsneutral unter den Gewinnrücklagen ausgewiesen.

Ausländische Geschäftsbetriebe

Die Jahresabschlüsse ausländischer Tochterunternehmen werden gemäß IAS 21 (Auswirkungen von Wechselkursänderungen) nach dem Konzept der funktionalen Währung in Euro umgerechnet. Als funktionale Währung gilt hiernach die Währung des primären Wirtschaftsumfelds, in dem das Tochterunternehmen tätig ist. Die einbezogenen Unternehmen betreiben ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht grundsätzlich selbstständig, so dass ihre jeweilige Landeswährung in der Regel die funktionale Währung darstellt. Die Umrechnung der Vermögenswerte und Schulden erfolgt daher zum Stichtagskurs am Bilanzstichtag; die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden grundsätzlich mit dem Geschäftsjahresdurchschnittskurs umgerechnet. Differenzen aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen werden erfolgsneutral behandelt und unter den Gewinnrücklagen gesondert ausgewiesen. Soweit das ausländische Tochterunternehmen nicht vollständig im Besitz des Mutterunternehmens ist, wird der entsprechende Teil der Währungsdifferenzen den nicht beherrschenden Anteilen zugewiesen.

Im Jahr des Abgangs beziehungsweise zum Zeitpunkt der Stilllegung des Geschäftsbetriebs eines ausländischen Tochterunternehmens werden die Währungsdifferenzen erfolgswirksam über das Finanzergebnis aufgelöst. Bei teilweisem Abgang ohne Verlust der Beherrschungsmöglichkeit eines ausländischen Tochterunternehmens wird der entsprechende Teil der kumulierten Währungsdifferenzen den nicht beherrschenden Anteilen zugeordnet. Werden ausländische assoziierte oder gemeinschaftlich geführte Unternehmen teilweise veräußert, ohne Verlust des maßgeblichen Einflusses oder der gemeinschaftlichen Führung, wird der entsprechende Teil der kumulierten Währungsdifferenzen erfolgswirksam erfasst.

Im Geschäftsjahr 2015/16 war keine funktionale Währung eines einbezogenen Unternehmens als hochinflationär im Sinne des IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) klassifiziert.

Für die Währungsumrechnung wurden hinsichtlich der Währungen der für die METRO GROUP wichtigsten Länder, die nicht an der Europäischen Währungsunion teilnehmen, folgende Wechselkurse zugrunde gelegt:

		Durchschnittskurs je €		Stichtagskurs je €	
		2014/15	2015/16	30.9.2015	30.9.2016
Ägyptisches Pfund	EGP	8,57877	9,25176	8,66620	9,85335
Bosnische Mark	BAM	1,95583	1,95583	1,95583	1,95583
Britisches Pfund	GBP	0,74305	0,78209	0,73850	0,86103
Bulgarischer Lew	BGN	1,95583	1,95583	1,95583	1,95583
Chinesischer Renminbi	CNY	7,14511	7,25857	7,12060	7,44630
Dänische Krone	DKK	7,45411	7,45069	7,45980	7,45130
Hongkong-Dollar	HKD	8,90626	8,62172	8,68240	8,65470
Indische Rupie	INR	72,50054	74,22463	73,48050	74,36550
Indonesische Rupie	IDR	14.914,46000	14.923,41000	16.347,81000	14.566,22000
Japanischer Yen	JPY	136,84504	124,09443	134,69000	113,09000
Kasachischer Tenge	KZT	220,67414	370,06902	303,47000	375,52000
Kroatische Kuna	HRK	7,62450	7,55920	7,64450	7,52200
Marokkanischer Dirham	MAD	10,88235	10,86310	10,87815	10,91235
Moldau-Leu	MDL	20,08065	22,09941	22,59260	22,16110
Norwegische Krone	NOK	8,75905	9,36916	9,52450	8,98650
Pakistanische Rupie	PKR	117,20413	116,46653	117,25160	116,96670
Polnischer Zloty	PLN	4,17060	4,33360	4,24480	4,31920
Rumänischer Leu	RON	4,43956	4,47856	4,41760	4,45370
Russischer Rubel	RUB	64,80626	75,28270	73,24160	70,51400
Schwedische Krone	SEK	9,34718	9,35415	9,4083	9,62100
Schweizer Franken	CHF	1,09807	1,09130	1,09150	1,08760
Serbischer Dinar	RSD	120,61782	122,49388	119,74910	123,29290
Singapur-Dollar	SGD	1,54440	1,53280	1,59210	1,52350
Tschechische Krone	CZK	27,42870	27,04140	27,18700	27,02100
Türkische Lira	TRY	2,93219	3,25276	3,39030	3,35760
Ukrainische Hrywnja	UAH	22,42906	27,55541	23,85750	28,94817
Ungarischer Forint	HUF	308,94701	312,27877	313,45000	309,79000
US-Dollar	USD	1,14863	1,11098	1,12030	1,11610
Vietnamesischer Dong	VND	24.661,11000	24.274,08000	24.963,36000	24.585,96000

Gewinn- und Verlustrechnung

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Die Erfassung von **Umsatzerlösen** und **Sonstigen betrieblichen Erträgen** erfolgt gemäß IAS 18 (Umsatzerlöse), sobald die Leistungen erbracht beziehungsweise die Waren geliefert worden sind. Maßgeblich hierfür ist bei der Lieferung von Waren der Gefahrenübergang auf den Kunden. Falls dem Kunden Rückgabe- und Widerrufsrechte gewährt werden, erfolgt die Erfassung des Umsatzes nur, sofern die Wahrscheinlichkeit der Rückgabe zuverlässig geschätzt werden kann. Hierzu werden auf Basis historischer Daten Rückgabequoten ermittelt und auf künftige Rücknahmeverpflichtungen projiziert. Für den auf die erwarteten Rücknahmen entfallenden Anteil wird kein

Umsatz ausgewiesen, sondern eine Rückstellung gebildet. Umsatzerlöse werden ohne Umsatzsteuer, Rabatte und Skonti ausgewiesen. Der Ausweis erfolgt brutto, das heißt in Höhe der Kundenzahlung (abzüglich Umsatzsteuer und Erlösschmälerungen), wenn die maßgeblichen Chancen und Risiken, die mit dem Verkauf der Güter oder der Erbringung der Dienstleistungen einhergehen, beim Unternehmen liegen. Liegt aus Sicht des Unternehmens ein Kommissionsgeschäft vor, wird der Umsatz netto, das heißt in Höhe der Marge, ausgewiesen. Umsatzerlöse aus Verträgen, die mehrere Vertragskomponenten beinhalten (zum Beispiel Warenverkauf mit zusätzlicher Dienstleistung), werden realisiert, wenn die jeweilige Vertragskomponente erfüllt wird. Die Erlösrealisation erfolgt auf Basis der geschätzten relativen Fair Values der einzelnen Vertragskomponenten.

Zuwendungen der öffentlichen Hand, die erfolgsbezogen sind und auf zukünftige Perioden entfallen, sind periodengerecht entsprechend den zugehörigen Aufwendungen zu vereinnahmen. Bereits zugeflossene erfolgsbezogene Zuwendungen für Folgeperioden sind passivisch abzugrenzen und in den Folgeperioden anteilig aufzulösen.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung beziehungsweise zum Zeitpunkt ihrer Verursachung als Aufwand erfasst.

Das **Finanzergebnis** umfasst bei der METRO GROUP primär Dividenden und Zinsen. Dividenden werden grundsätzlich mit der Entstehung des Rechtsanspruchs auf Zahlung ertragswirksam vereinnahmt. Zinsen werden periodengerecht, gegebenenfalls unter Anwendung der Effektivzinsmethode, als Aufwand beziehungsweise Ertrag erfasst. Eine Ausnahme von der erfolgswirksamen Erfassung bilden Fremdkapitalzinsen, die direkt dem Erwerb oder der Herstellung eines sogenannten qualifizierten Vermögenswerts zuzurechnen sind und daher gemäß IAS 23 (Fremdkapitalkosten) zwingend als Teil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten dieses Vermögenswerts aktiviert werden.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** betreffen die tatsächlichen und die latenten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag. Sie werden prinzipiell erfolgswirksam erfasst, außer sie stehen im Zusammenhang mit Unternehmenszusammenschlüssen oder mit einem direkt im Eigenkapital oder im Sonstigen Ergebnis erfassten Posten.

Bilanz

Geschäfts- oder Firmenwerte

Geschäfts- oder Firmenwerte werden in Übereinstimmung mit IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) aktiviert. Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- oder Firmenwert wird derjenigen Gruppe sogenannter zahlungsmittelgenerierender Einheiten zugeordnet, die aus den Synergien des Zusammenschlusses Nutzen zieht. Die zahlungsmittelgenerierende Einheit ist gemäß IAS 36 (Wertminderung von Vermögenswerten) definiert als die kleinste identifizierbare Gruppe von Vermögenswerten, die Mittelzuflüsse erzeugt, die weitestgehend unabhängig von den Mittelzuflüssen anderer Vermögenswerte oder anderer Gruppen von Vermögenswerten sind. Eine zahlungsmittelgenerierende Ein-

heit innerhalb der METRO GROUP ist grundsätzlich ein einzelner Standort. Geschäfts- oder Firmenwerte werden bei METRO Cash & Carry auf der Ebene der drei Kundencluster Horeca (Fokus auf Hotels, Restaurants und Caterer), Trader (Fokus auf unabhängige Wiederverkäufer wie zum Beispiel Kioskbetreiber, Bäcker und Metzger) sowie Multispecialists (neben den übrigen Kundengruppen auch Fokus auf Service Companies and Offices) überwacht. Bei Media-Saturn und Real erfolgt die Überwachung hingegen grundsätzlich auf der Ebene der Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land. Die Prüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte auf Wertminderung erfolgt daher auf der Ebene der jeweiligen Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten.

Die aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte werden regelmäßig einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch unterjährig – auf Wertminderungen hin überprüft. Bei Vorliegen einer Wertminderung wird diese erfolgswirksam erfasst. Zur Ermittlung einer möglichen Wertminderung wird der erzielbare Betrag einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten mit der Summe der Buchwerte verglichen. Der erzielbare Betrag ergibt sich aus dem höheren Wert aus Nutzungswert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten. Eine Wertminderung für den einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwert liegt nur dann vor, wenn der erzielbare Betrag kleiner als die Summe der Buchwerte ist. Eine Zuschreibung erfolgt bei Wegfall der Gründe einer in Vorperioden vorgenommenen Wertminderung nicht.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Entgeltlich erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten angesetzt. **Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte** werden mit den Herstellungskosten für ihre Entwicklung gemäß IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) aktiviert. Die Kosten der Forschungsphase werden hingegen nicht aktiviert, sondern sofort als Aufwand erfasst. Die Herstellungskosten umfassen alle der Entwicklung direkt zurechenbaren Kosten. Hierzu können folgende Kosten zählen:

Einzelkosten	Materialeinzelkosten
	Fertigungseinzelkosten
	Sondereinzelkosten der Fertigung
Gemeinkosten (direkt zurechenbar)	Materialgemeinkosten
	Fertigungsgemeinkosten
	Werteverzehr des Anlagevermögens
	Entwicklungsbezogene Kosten der Verwaltung

Bei der Ermittlung der Herstellungskosten werden Fremdkapitalkosten nur einbezogen, falls es sich um einen sogenannten qualifizierten Vermögenswert im Sinne des IAS 23 (Fremdkapitalkosten) handelt. Ein qualifizierter Vermögenswert ist ein nicht finanzieller Vermögenswert, bei dem ein beträchtlicher Zeitraum benötigt wird, um diesen in den beabsichtigten gebrauchsfähigen Zustand zu versetzen.

Die Folgebewertung der sonstigen immateriellen Vermögenswerte mit einer begrenzten wirtschaftlichen Nutzungsdauer erfolgt gemäß dem Anschaffungskostenmodell. Das Wahlrecht zur Neubewertung wird nicht ausgeübt. Alle sonstigen immateriellen Vermögenswerte in der METRO GROUP mit einer begrenzten wirtschaftlichen Nutzungsdauer werden planmäßig linear abgeschrieben. Aktivierte selbst erstellte und erworbene Software sowie vergleichbare immaterielle Vermögenswerte werden über einen Zeitraum von bis zu zehn Jahren, Lizenzen über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Für diese immateriellen Vermögenswerte wird zu jedem Bilanzstichtag geprüft, ob Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Eine Wertminderung wird erfasst, falls der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten liegt. Eine Zuschreibung erfolgt bei Wegfall der Gründe einer in Vorperioden vorgenommenen Wertminderung.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit einer unbegrenzten Nutzungsdauer werden nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich einem Wertminderungstest unterzogen. Wertminderungen oder Werterhöhungen werden unter Berücksichtigung des Anschaffungskostenprinzips erfolgswirksam erfasst.

Sachanlagen

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens sind mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten gemäß IAS 16 (Sachanlagen) bewertet. In den Herstellungskosten der selbst erstellten Anlagen sind neben den Einzelkosten direkt zurechenbare Gemeinkosten enthalten. Finanzierungskosten werden ausschließlich bei qualifizierten Vermögenswerten als Bestandteil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert. Erhaltene **Investitionszuschüsse** werden gemäß IAS 20 (Bilanzierung und Darstellung von Zuwendungen der öffentlichen Hand) berücksichtigt, indem die Anschaffungs- oder Herstellungskosten des entsprechenden Vermögenswerts um den Betrag des Zuschusses gekürzt werden. Eine passive 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. Die wirtschaftlichen Nutzungsdauern, auf denen die planmäßigen Abschreibungen beruhen, liegen konzerneinheitlich in den folgenden Bandbreiten:

Gebäude	10 bis 33 Jahre
Einbauten in gemieteten Gebäuden	8 bis 15 Jahre bzw. kürzere Mietvertragsdauer
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 13 Jahre
Maschinen	3 bis 8 Jahre

Aktiviert Rückbaukosten werden rätierlich über die Nutzungsdauer des Vermögenswerts abgeschrieben.

Bestehen Anhaltspunkte für die Wertminderung einer Sachanlage, wird ein Wertminderungstest gemäß IAS 36 durchgeführt. Liegt hierbei der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten, wird eine Wertminderung für die Sachanlage erfasst. Bei Wegfall der Gründe für die Wertminderung wird eine Zuschreibung auf die fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten vorgenommen.

Das wirtschaftliche Eigentum an Leasingobjekten ist in Übereinstimmung mit IAS 17 (Leasingverhältnisse) dem Leasingnehmer zuzurechnen, wenn dieser alle wesentlichen mit dem Leasingobjekt verbundenen Chancen und Risiken trägt (**Finanzierungs-Leasingverhältnis**). Sofern ein Unternehmen der METRO GROUP als Leasingnehmer auftritt und das wirtschaftliche Eigentum ihm zuzurechnen ist, erfolgt die Aktivierung des Leasingobjekts zum Beginn der Laufzeit des Leasingverhältnisses in Höhe des Fair Values beziehungsweise des niedrigeren Barwerts der Mindestleasingzahlungen. Die Abschreibungen erfolgen – entsprechend vergleichbaren erworbenen Gegenständen des Sachanlagevermögens – planmäßig über die Nutzungsdauer beziehungsweise über die Laufzeit des Leasingverhältnisses, sofern diese kürzer ist. Falls es allerdings hinreichend sicher ist, dass das Eigentum am Leasingobjekt zum Ende der Laufzeit auf den Leasingnehmer übertragen wird, erfolgt die Abschreibung über die Nutzungsdauer. Die aus den zukünftigen Leasingraten resultieren-

den Zahlungsverpflichtungen sind passiviert. Der Leasinggeber bilanziert hingegen eine Forderung.

Sofern das wirtschaftliche Eigentum an dem Leasingobjekt nicht auf den Leasingnehmer übertragen wird, liegt ein **Operating-Leasingverhältnis** vor. Hierbei weist der Leasingnehmer keinen Vermögenswert und keine Verbindlichkeit in seiner Bilanz aus, sondern er zeigt lediglich den über die Laufzeit des Leasingverhältnisses linearisierten Mietaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung, während der Leasinggeber einen Vermögenswert sowie eine Forderung bilanziert.

Bei einem Leasingverhältnis über ein Gebäude und ein zugehöriges Grundstück werden diese beiden Elemente grundsätzlich getrennt voneinander betrachtet und als Finanzierungs- oder Operating-Leasingverhältnis klassifiziert.

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien umfassen nach IAS 40 (Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien) solche Immobilien, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zweck der Wertsteigerung gehalten werden. Sie werden analog zu den Sachanlagen gemäß dem Anschaffungskostenmodell mit ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen und gegebenenfalls notwendiger Wertminderungen bilanziert. Eine erfolgswirksame Bewertung zum Fair Value gemäß dem Modell des beizulegenden Zeitwerts erfolgt nicht. Die planmäßige Abschreibung der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien erfolgt über eine Nutzungsdauer von 15 bis 33 Jahren. Zusätzlich wird der Fair Value dieser Immobilien im Anhang angegeben. Er wird mithilfe anerkannter Bewertungsmethoden unter Prüfung und Berücksichtigung von Projektentwicklungsmöglichkeiten ermittelt.

Finanzanlagen

Sofern es sich hierbei nicht um **assoziierte Unternehmen** im Sinne des IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen) oder **Gemeinschaftsunternehmen** gemäß IFRS 11 (Gemeinschaftliche Vereinbarungen) handelt, werden **finanzielle Vermögenswerte (Finanzanlagen)** gemäß IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) einer der folgenden Kategorien zugeordnet:

- „Kredite und Forderungen“
- „Bis zur Endfälligkeit gehalten“
- „Erfolgswirksam zum Fair Value“
- „Zur Veräußerung verfügbar“

Beim erstmaligen Ansatz erfolgt die Bewertung eines finanziellen Vermögenswerts zum Fair Value. Bei allen Kategorien, außer der Kategorie „Erfolgswirksam zum Fair Value“, werden hierbei die angefallenen Transaktionskosten einbezogen. Der Ansatz erfolgt stets zum Handelstag.

Die Folgebewertung von finanziellen Vermögenswerten erfolgt gemäß der Zuordnung zu den zuvor genannten Kategorien entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum Fair Value:

- „**Kredite und Forderungen**“ sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbar 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 bestimmbar Zahlungen und einer festgelegten Laufzeit, für die das Unternehmen sowohl die Absicht als auch die Fähigkeit hat, sie bis zum Ende der Laufzeit zu halten. Sie werden ebenfalls mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode angesetzt.
- Innerhalb der Kategorie „**Erfolgswirksam zum Fair Value**“ sind alle finanziellen Vermögenswerte als „Zu Handelszwecken gehalten“ klassifiziert, da von der Fair-Value-Option des IAS 39 innerhalb der METRO GROUP kein Gebrauch gemacht wird. Um dies deutlich zu machen, wird die gesamte Kategorie im Konzernanhang als „Zu Handelszwecken gehalten“ bezeichnet. „Zu Handelszwecken gehaltene“ Finanzinstrumente sind solche, die entweder mit kurzfristiger Verkaufs- oder Rückkaufabsicht erworben beziehungsweise eingegangen wurden oder die Teil eines Portfolios gemeinsam verwalteter Finanzinstrumente sind, das in der jüngeren Vergangenheit für kurzfristige Gewinnmitnahmen genutzt wurde. Ferner sind derivative Finanzinstrumente, die nicht in einer wirksamen bilanziellen Sicherungsbeziehung stehen, dieser Kategorie zuzuordnen. „Zu Handelszwecken gehaltene“ Finanzinstrumente werden erfolgswirksam zum Fair Value bewertet.
- Die Kategorie „**Zur Veräußerung verfügbar**“ stellt eine Restkategorie für diejenigen originären finanziellen Vermögenswerte dar, die keiner der drei anderen Kategorien zugeordnet werden können. Die wahlrechtliche Designation von finanziellen Vermögenswerten in die Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ erfolgt innerhalb der METRO GROUP nicht. „Zur Veräußerung verfügbare“ finanzielle Vermögenswerte werden erfolgsneutral zum

Fair Value bewertet. Die Übernahme der erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfassten Wertschwankungen in das Periodenergebnis erfolgt erst zum Zeitpunkt des Abgangs oder im Fall einer nachhaltigen Wertminderung des Vermögenswerts.

Beteiligungen gehören der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ an. **Wertpapiere** sind den Kategorien „Bis zur Endfälligkeit gehalten“, „Zur Veräußerung verfügbar“ oder „Zu Handelszwecken gehalten“ zugeordnet. **Ausleihungen** sind als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert.

Finanzielle Vermögenswerte, die als **gesichertes Grundgeschäft** innerhalb eines Fair-Value-Hedges designiert sind, werden erfolgswirksam mit ihrem Fair Value bilanziert.

Eigenkapitalinstrumente, für die kein auf einem aktiven Markt notierter Preis vorliegt und deren Fair Value nicht verlässlich ermittelt werden kann, sowie Derivate auf solche Eigenkapitalinstrumente sind zu Anschaffungskosten ausgewiesen. Dies trifft auf einige Beteiligungen der METRO GROUP zu.

Zu jedem Bilanzstichtag werden nicht erfolgswirksam zum Fair Value bewertete finanzielle Vermögenswerte daraufhin untersucht, ob objektive substantielle Hinweise auf eine Wertminderung vorliegen. Zu diesen Hinweisen zählen beispielsweise Verzögerungen oder Ausfälle von Zins- oder Tilgungszahlungen sowie Bonitätsveränderungen des Kreditnehmers. Falls solche Hinweise bestehen, wird die Werthaltigkeit des finanziellen Vermögenswerts überprüft, indem der Buchwert mit dem Barwert verglichen wird. Hierbei entspricht der Barwert der zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerte den erwarteten künftigen Cashflows, diskontiert mit dem bislang verwendeten Effektivzinssatz. Der Barwert der zu Anschaffungskosten bewerteten Eigenkapitalinstrumente der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ entspricht hingegen den mit dem aktuellen Marktzins diskontierten erwarteten zukünftigen Cashflows. Liegt der Barwert unter dem Buchwert, wird eine Wertminderung in Höhe der Differenz erfasst. Sofern Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ bislang erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst wurden, werden diese bis zur Höhe der ermittelten nachhaltigen Wertminderung erfolgswirksam erfasst.

Wenn zu einem späteren Zeitpunkt der Barwert wieder steigt, wird eine Wertaufholung in entsprechender Höhe erfasst. Bei den zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finan-

ziellen Vermögenswerten ist die Wertaufholung auf die Höhe der fortgeführten Anschaffungskosten, die sich ohne die Wertminderung ergeben hätten, begrenzt. In der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ erfolgt die Wertaufholung bei Eigenkapitalinstrumenten erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis, bei Schuldinstrumenten erfolgswirksam bis zur Höhe der zuvor erfolgswirksam erfassten Wertminderung. Darüber hinausgehende Wertsteigerungen bei Schuldinstrumenten sind erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen.

Die Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte erfolgt, wenn die vertraglichen Rechte auf Cashflows aus dem Posten erloschen beziehungsweise ausgelaufen sind oder der finanzielle Vermögenswert übertragen wird.

Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte

Die in den **sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten** ausgewiesenen finanziellen Vermögenswerte, die gemäß IAS 39 der Kategorie „Kredite und Forderungen“ angehören, sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Unter den **übrigen Vermögenswerten** werden unter anderem derivative Finanzinstrumente ausgewiesen, die gemäß IAS 39 als „Zu Handelszwecken gehalten“ zu klassifizieren sind. Alle anderen Forderungen und Vermögenswerte sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Im Rahmen der **Rechnungsabgrenzungsposten** werden transitorische Abgrenzungen ausgewiesen.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden

Die Ermittlung **latenter Steueransprüche und latenter Steuerschulden** erfolgt in Übereinstimmung mit IAS 12 (Ertragsteuern) gemäß dem Konzept der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode. Latente Steuern resultieren aus temporären Unterschieden zwischen den im Konzernabschluss angesetzten Buchwerten und den steuerlichen Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden. Latente Steueransprüche werden zudem für noch nicht genutzte steuerliche Verlust- und Zinsvorräte berücksichtigt.

Latente Steueransprüche werden nur in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass in der Zukunft ausreichend steuerpflichtiges Einkommen zur Realisierung des entsprechenden Nutzens erzielt wird.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden grundsätzlich saldiert, sofern die ertragsteuerlichen An-

sprüche und Schulden gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und sich auf dasselbe Steuersubjekt oder eine Gruppe unterschiedlicher Steuersubjekte beziehen, die ertragsteuerlich gemeinsam veranlagt werden. Die latenten Steueransprüche werden zu jedem Bilanzstichtag neu beurteilt und gegebenenfalls angepasst.

Der Ermittlung der latenten Steuern liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zugrunde. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen beziehungsweise verabschiedeten gesetzlichen Regelungen.

Die Beurteilung der latenten Steuern spiegelt die steuerlichen Konsequenzen wider, die sich aus der Erwartung der METRO GROUP im Hinblick auf die Art und Weise der Realisierung der Buchwerte ihrer Vermögenswerte beziehungsweise Erfüllung ihrer Schulden zum Abschlussstichtag ergeben.

Vorräte

Die als **Vorräte** bilanzierten Handelswaren werden gemäß IAS 2 (Vorräte) zu Anschaffungskosten angesetzt. Die Anschaffungskosten werden entweder auf Basis einer Einzelbewertung der Zugänge aus Sicht des Beschaffungsmarkts oder unter Verwendung der Durchschnittskostenmethode ermittelt. Vergütungen von Lieferanten, die als Anschaffungskostenminderung zu klassifizieren sind, reduzieren den Buchwert der Vorräte.

Die Bewertung der Handelswaren am Bilanzstichtag erfolgt zum jeweils niedrigeren Betrag aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert. Bei den Handelswaren werden individuelle Bewertungsabschläge vorgenommen, sofern der Nettoveräußerungswert niedriger ist als der Buchwert. Als Nettoveräußerungswert werden die voraussichtlich erzielbaren Verkaufserlöse abzüglich der bis zum Verkauf noch anfallenden, direkt zurechenbaren Verkaufskosten angesetzt.

Wenn die Gründe, die zu einer Abwertung der Handelswaren geführt haben, nicht länger bestehen, wird eine entsprechende Wertaufholung vorgenommen.

Da es sich bei den Vorräten der METRO GROUP nie um sogenannte qualifizierte Vermögenswerte handelt, erfolgt bei den Vorräten keine Aktivierung von zurechenbaren Fremdkapitalzinsen gemäß IAS 23 (Fremdkapitalkosten).

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden gemäß IAS 39 als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert und mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Bestehen an der Einbringlichkeit 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 pauschalisierten Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen.

Ertragsteuererstattungsansprüche und Ertragsteuerschulden

Die bilanzierten **Ertragsteuererstattungsansprüche und Ertragsteuerschulden** betreffen in- und ausländische Ertragsteuern für das laufende Jahr sowie aus Vorjahren. Sie werden in Übereinstimmung mit den steuerlichen Vorschriften des jeweiligen Landes ermittelt.

Die Ermittlung der Ertragsteuerschulden beinhaltet darüber hinaus die Konsequenzen aus steuerlichen Risiken. Die diesen Risiken zugrunde liegenden Prämissen und Einschätzungen werden regelmäßig überprüft und im Rahmen der Steuerermittlung berücksichtigt.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beinhalten Schecks, Kassenbestände, Guthaben bei Kreditinstituten und andere kurzfristig liquide finanzielle Vermögenswerte, wie beispielsweise verfügbare Guthaben auf Rechtsanwaltsanderkonten oder unterwegs befindliche Gelder, mit einer ursprünglichen Laufzeit von bis zu drei Monaten. Sie sind mit den jeweiligen Nennwerten bewertet.

Zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte, Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten und nicht fortgeführte Aktivitäten

Die Klassifizierung als **zur Veräußerung vorgesehener langfristiger Vermögenswert** gemäß IFRS 5 (Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche) erfolgt, sofern der zugehörige Buchwert vornehmlich durch Veräußerung und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert werden soll. Ein Verkauf muss grundsätzlich innerhalb der nächsten zwölf Monate geplant und durchführbar sein. Unmittelbar vor der erstmaligen Klassifizierung als zur Veräußerung gehalten sind die Buchwerte des Vermögenswerts entsprechend den einschlägigen IFRS zu bewer-

ten. 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 Versor-

gungsträger zeitkongruent mit der Erbringung der Arbeitsleistung des Begünstigten als Altersvorsorgeaufwand erfasst. Versäumte oder im Voraus geleistete Zahlungen an den Versorgungsträger werden als Verbindlichkeit beziehungsweise als Forderung abgegrenzt. Verbindlichkeiten mit einer Fälligkeit von über zwölf Monaten werden abgezinst.

Die versicherungsmathematische Bewertung der Pensionsrückstellungen für die betriebliche Altersversorgung im Rahmen eines **leistungsorientierten Plans** erfolgt nach der in IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) vorgeschriebenen Methode der laufenden Einmalprämien (Projected Unit Credit Method) auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten. Im Rahmen dieses Anwartschaftsbarwertverfahrens werden unter Berücksichtigung biometrischer Daten sowohl die am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften als auch die künftig zu erwartenden Steigerungen der Gehälter und Renten berücksichtigt. Falls die ermittelte Leistungsverpflichtung oder der Fair Value des Planvermögens zwischen dem Beginn und dem Ende eines Geschäftsjahres aufgrund von erfahrungsbedingten Anpassungen (zum Beispiel bei einer höheren Fluktuationsrate) oder Änderungen der zugrunde liegenden versicherungsmathematischen Annahmen (zum Beispiel beim Diskontierungszinssatz) steigen oder sinken, entstehen hieraus sogenannte versicherungsmathematische Gewinne und Verluste. Diese werden erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst. Effekte aus Planänderungen und Plankürzungen werden erfolgswirksam im Dienstzeitaufwand berücksichtigt. Der in den Pensionsaufwendungen enthaltene Zinsanteil der Rückstellungszuführung wird als Zinsaufwand innerhalb des Finanzergebnisses ausgewiesen. Sofern Planvermögen vorliegt, ergibt sich die Höhe der Rückstellung grundsätzlich als Differenz zwischen dem Anwartschaftsbarwert und dem Zeitwert des Planvermögens.

Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen (wie zum Beispiel Jubiläums- und Sterbegelder) setzen sich zusammen aus dem Barwert der künftig an den Arbeitnehmer beziehungsweise an seine Hinterbliebenen zu leistenden Zahlungen abzüglich etwaiger damit verbundener Vermögenswerte, bewertet zum Fair Value. Die Höhe der Rückstellungen wird mittels versicherungsmathematischer Gutachten gemäß IAS 19 bestimmt. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden in derjenigen Periode erfolgswirksam erfasst, in der sie entstehen.

Bei den **Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses** handelt es sich um Abfindungszahlungen an

Arbeitnehmer. Diese werden erfolgswirksam als Schuld erfasst, wenn aufgrund einer vertraglichen oder faktischen Verpflichtung Zahlungen an Arbeitnehmer bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses zu leisten sind. Eine solche Verpflichtung liegt vor, wenn für die vorzeitige Beendigung des Arbeitsverhältnisses ein formaler Plan existiert und keine Möglichkeit besteht, sich dem zu entziehen. Liegt die Fälligkeit der Leistung mehr als zwölf Monate nach dem Abschlussstichtag, ist diese in Höhe ihres Barwerts anzusetzen.

Die im Rahmen des anteilsbasierten Vergütungssystems gewährten Aktienprämien sind als „**Anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich**“ gemäß IFRS 2 (Anteilsbasierte Vergütung) klassifiziert. Für diese werden ratierliche, mit dem Fair Value der eingegangenen Verpflichtungen bewertete Rückstellungen gebildet. Der ratierliche Aufbau der Rückstellungen erfolgt dabei erfolgswirksam als Personalaufwand, über die jeweils zugrunde liegende Sperrfrist verteilt. Der Fair Value wird mithilfe eines Optionspreismodells zu jedem Bilanzstichtag während der Sperrfrist bis zur Ausübung neu berechnet. Die Rückstellung wird entsprechend erfolgswirksam angepasst.

Soweit die gewährten anteilsbasierten Vergütungen durch den Abschluss korrespondierender Sicherungsgeschäfte abgesichert wurden, sind die Sicherungsgeschäfte zum Fair Value bewertet und unter den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten ausgewiesen. Hierbei wird der Teil der Wertschwankung der Sicherungsgeschäfte in dem Maße, in dem sie der Wertschwankung der anteilsbasierten Vergütungen entspricht, erfolgswirksam als Personalaufwand erfasst. Der überschießende Teil der Wertschwankungen wird erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis gezeigt.

(Sonstige) Rückstellungen

(Sonstige) Rückstellungen werden gemäß IAS 37 (Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen) gebildet, soweit rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten bestehen, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ereignissen beruhen und wahrscheinlich zu Vermögensabflüssen führen, die zuverlässig ermittelbar sind. Die Rückstellungen werden unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken zum voraussichtlichen Erfüllungsbetrag angesetzt. Bei einer einzelnen Verpflichtung wird hierfür grundsätzlich von dem Erfüllungsbetrag mit der höchsten Eintrittswahrscheinlichkeit ausgegangen. Ergibt sich bei der Ermittlung der Rückstellung für einen einzelnen Sachverhalt eine Bandbreite gleich wahrscheinlicher Erfüllungsbeträge, so ist die Rückstellung in Höhe des Mittelwerts dieser Erfüllungsbeträge anzusetzen.

Für eine Vielzahl gleichartiger Sachverhalte wird die Rückstellung zum Erwartungswert angesetzt, der sich durch die Gewichtung aller möglichen Ergebnisse mit den damit verbundenen Wahrscheinlichkeiten ergibt.

Langfristige Rückstellungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden auf den Bilanzstichtag mit einem laufzeitadäquaten Zinssatz abgezinst, der die aktuellen Markterwartungen hinsichtlich der Zinseffekte widerspiegelt. Eine entsprechende Abzinsung erfolgt für Rückstellungen mit einer Laufzeit von unter einem Jahr, sofern der Zinseffekt wesentlich ist. Rückgriffsansprüche werden nicht mit dem Rückstellungsbetrag verrechnet, sondern separat als Vermögenswert bilanziert, sofern ihre Realisation so gut wie sicher ist.

Rückstellungen für belastende Verträge werden gebildet, wenn die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung einer vertraglichen Verpflichtung höher sind als der erwartete aus dem Vertrag zufließende wirtschaftliche Nutzen. Zur Ermittlung der Rückstellung für Mietunterdeckung werden die angemieteten Objekte einzeln betrachtet. Für alle geschlossenen oder nicht kostendeckend untervermieteten Objekte erfolgt eine Rückstellungsbildung in Höhe des Barwerts der gesamten Deckungslücke. Für standortbezogene Risiken angemieteter, weiterbetriebener beziehungsweise noch nicht geschlossener Standorte wird darüber hinaus eine Rückstellung gebildet, sofern sich für den jeweiligen Standort aus der aktuellen Unternehmensplanung über die Grundmietzeit eine Unterdeckung der operativen Kosten beziehungsweise eine Mietunterdeckung trotz Berücksichtigung einer möglichen Untervermietung ergibt.

Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen werden angesetzt, soweit zum Bilanzstichtag die faktische Verpflichtung zur Restrukturierung durch Verabschiedung eines detaillierten Restrukturierungsplans und dessen Kommunikation an die Betroffenen formalisiert wurde. Die Restrukturierungsrückstellungen enthalten ausschließlich solche Ausgaben, die zwangsweise im Zuge der Restrukturierung entstehen und nicht mit den laufenden Aktivitäten des Unternehmens im Zusammenhang stehen.

Rückstellungen für Garantieleistungen werden auf Grundlage der tatsächlich eingetretenen Garantieleistungen der Vergangenheit sowie der Umsätze des Geschäftsjahres gebildet.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Sofern es sich nicht um Verpflichtungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen handelt, werden **finanzielle Verbindlichkeiten** gemäß IAS 39 einer der folgenden Kategorien zugeordnet:

- „Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)
- „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“

Die erstmalige Erfassung finanzieller Verbindlichkeiten sowie die Folgebewertung von „**Zu Handelszwecken gehaltenen**“ finanziellen Verbindlichkeiten erfolgt nach den gleichen Vorgaben wie bei den finanziellen Vermögenswerten.

In die Kategorie „**Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten**“ sind sämtliche finanziellen Verbindlichkeiten eingeordnet, die nicht „Zu Handelszwecken gehalten“ werden. Sie sind zu ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode angesetzt, da die Fair-Value-Option in der METRO GROUP nicht angewandt wird.

Finanzielle Verbindlichkeiten, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair-Value-Hedges designiert sind, werden erfolgswirksam mit ihrem Fair Value bewertet. Die im Anhang angegebenen Fair Values der finanziellen Verbindlichkeiten sind auf Basis der am Bilanzstichtag für die entsprechenden Restlaufzeiten und Tilgungsstrukturen gültigen Zinssätze ermittelt.

Finanzielle Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen sind grundsätzlich mit dem Barwert der zukünftigen Mindestleasingzahlungen zu bewerten.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird nur dann ausgebucht, wenn diese erloschen ist, das heißt, wenn die im Vertrag genannten Verpflichtungen beglichen, aufgehoben oder ausgelaufen sind.

Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten

Die **sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten** sind zum Rückzahlungsbetrag angesetzt, sofern es sich nicht um derivative Finanzinstrumente, um mit Verkaufsoptionen versehene Gesellschaftsanteile oder um Earn-out-Verbindlichkeiten handelt, die gemäß IAS 39 mit dem Fair Value bilanziert sind.

Im Rahmen der **Rechnungsabgrenzungsposten** werden hier transitorische Abgrenzungen gezeigt.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Sonstiges

Eventualverbindlichkeiten

Eventualverbindlichkeiten sind einerseits mögliche Verpflichtungen, die aus vergangenen Ereignissen resultieren, deren Existenz jedoch erst durch das Eintreten oder Nichteintreten unsicherer künftiger Ereignisse bestätigt wird, die nicht vollständig unter der Kontrolle des Unternehmens stehen. Andererseits stellen Eventualverbindlichkeiten gegenwärtige Verpflichtungen dar, die aus vergangenen Ereignissen resultieren, bei denen ein Ressourcenabfluss jedoch als nicht wahrscheinlich eingeschätzt wird oder deren Höhe nicht ausreichend verlässlich bestimmt werden kann. Solche Verpflichtungen sind nach IAS 37 nicht in der Bilanz zu erfassen, sondern im Anhang anzugeben. Die Ermittlung der Höhe der Eventualverbindlichkeiten orientiert sich an den Grundsätzen der Rückstellungsbewertung.

Bilanzierung von derivativen Finanzinstrumenten und Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting)

Derivative Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Risikoreduzierung eingesetzt. Ihr Einsatz erfolgt im Rahmen der Vorgaben der entsprechenden Konzernrichtlinie.

Alle derivativen Finanzinstrumente sind gemäß IAS 39 zum Fair Value bilanziert und unter den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten beziehungsweise unter den sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Zur Bewertung der derivativen Finanzinstrumente werden die Interbankenbedingungen gegebenenfalls inklusive der für die METRO GROUP gültigen Kreditmargen oder Börsenkurse herangezogen; dabei werden die Mittelkurse am Bilanzstichtag verwendet. Falls keine Börsenkurse herangezogen werden können, wird der Fair Value mittels anerkannter finanzwirtschaftlicher Modelle berechnet.

Liegt ein wirksames Sicherungsgeschäft (**Hedge Accounting**) nach IAS 39 vor, werden Fair-Value-Änderungen von als Fair-Value-Hedges designierten Derivaten und Fair-Value-Änderungen, die sich auf das abgesicherte Risiko des zugehörigen Grundgeschäfts beziehen, erfolgswirksam erfasst. Bei Cash-flow Hedges wird der effektive Teil der Fair-Value-Änderung des Derivats erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst. Eine erfolgswirksame Umbuchung in die Gewinn- und Verlustrechnung erfolgt erst bei Realisation des Grundgeschäfts. Der ineffektive Teil der Wertänderung des Sicherungsinstruments wird sofort erfolgswirksam erfasst.

Vergütungen von Lieferanten

Vergütungen von Lieferanten werden je nach zugrunde liegendem Sachverhalt als Anschaffungskostenminderung, als Kostenersatzung oder als Entgelt für erbrachte Dienstleistungen bilanziert. Die Lieferantenvergütungen werden zum Bilanzstichtag periodengerecht abgegrenzt, sofern sie vertraglich vereinbart sind und die Realisation wahrscheinlich ist. Die Abgrenzungen basieren auf Hochrechnungen, soweit es um Lieferantenvergütungen geht, die an gewisse Kalenderjahresziele gekoppelt sind.

Zusammenfassung ausgewählter Bewertungsmethoden

Position	Bewertungsmethode
Aktiva	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Impairment-Test)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	
Entgeltlich erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Herstellungskosten der Entwicklung (Einzelkosten und direkt zurechenbare Gemeinkosten)
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	
Finanzanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Kredite und Forderungen“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Bis zur Endfälligkeit gehalten“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)	Erfolgswirksam zum Fair Value
„Zur Veräußerung verfügbar“	Erfolgsneutral zum Fair Value
Vorräte	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Nennwert
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	Niedrigerer Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten
Passiva	
Rückstellungen	
Pensionsrückstellungen	Methode der laufenden Einmalprämien (Anwartschaftsbarwertverfahren)
Sonstige Rückstellungen	Abgezinster Erfüllungsbetrag (mit höchster Eintrittswahrscheinlichkeit)
Finanzielle Verbindlichkeiten	
„Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)	Erfolgswirksam zum Fair Value
„Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag oder Fair Value
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten

Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen

Für die Erstellung dieses Konzernabschlusses mussten **Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen** getroffen werden, die sich auf Ausweis und Höhe der bilanzierten Vermögenswerte, Schulden, Erträge, Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben.

Ermessensentscheidungen

Informationen zu bedeutenden Ermessensentscheidungen, die die im vorliegenden Konzernabschluss erfassten Beträge am wesentlichsten beeinflussen, finden sich in den folgenden Anhangangaben:

- Festlegung des Konsolidierungskreises durch Beurteilung der Beherrschungsmöglichkeiten (Kapitel Konsolidierungskreis); hiervon betroffen sind neben strukturierten Unternehmen (Special Purpose Entities) insbesondere Beteiligungen, bei denen aufgrund besonderer Satzungsregelungen die Beherrschungsmöglichkeit nicht zwangsläufig mit der einfachen Stimmrechtsmehrheit verbunden ist
- Klassifizierung von Leasingverhältnissen als Finanzierungs-Leasing oder Operating-Leasing – auch bei Sale-and-Leaseback-Transaktionen (Nummer 2 Sonstige betriebliche Erträge und Nummer 21 Sachanlagen)
- Bestimmung, ob die METRO GROUP bei Umsatztransaktionen als Prinzipal oder Agent handelt (Nummer 1 Umsatzerlöse)
- Einschätzung des erwarteten Zeitpunkts der Durchführung einer Transaktion hinsichtlich der Klassifizierung als Zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte, Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten und nicht fortgeführten Aktivitäten (Nummer 31 Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte / Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten).

Schätzungen und Annahmen

Informationen zu Schätzungen und zugrunde liegende Annahmen mit bedeutenden Auswirkungen für den vorliegenden Konzernabschluss sind in den folgenden Anhangangaben enthalten:

- Konzerneinheitliche Festlegung von Nutzungsdauern für abnutzbare Vermögenswerte (Nummer 15 Abschreibungen, Nummer 20 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Nummer 21 Sachanlagen)

- Anlassbezogene Überprüfung der Werthaltigkeit von abnutzbaren Vermögenswerten (Nummer 15 Abschreibungen, Nummer 20 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Nummer 21 Sachanlagen)
- Jährliche Überprüfung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten (Nummer 19 Geschäfts- oder Firmenwerte – inklusive Sensitivitätsanalyse)
- Einbringlichkeit von Forderungen – insbesondere Forderungen an Lieferanten (Nummer 24 Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte)
- Periodengerechte Erfassung von Lieferantenvergütungen (Nummer 24 Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte)
- Realisierbarkeit künftiger Steueransprüche – insbesondere aus Verlustvorträgen (Nummer 25 Latente Steueransprüche / Latente Steuerschulden)
- Bewertung von Vorräten (Nummer 26 Vorräte)
- Ermittlung von Rückstellungen für Pensionen (Nummer 33 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen)
- Ermittlung von sonstigen Rückstellungen – beispielsweise für Mietunterdeckungen und belastende Verträge, Restrukturierungen, Garantieleistungen, Steuern und Risiken aus Prozessen und Verfahren (Nummer 34 Sonstige Rückstellungen [langfristig] / Rückstellungen [kurzfristig])

Obwohl die Schätzungen und Annahmen mit großer Sorgfalt getroffen wurden, können die tatsächlichen Werte in Einzelfällen davon abweichen. Die für den Konzernabschluss verwendeten Schätzungen und Annahmen werden regelmäßig überprüft. Änderungen werden zum Zeitpunkt der besseren Kenntnis berücksichtigt.

Kapitalmanagement

Ziele der Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP sind die Sicherung des Geschäftsbetriebs, die Steigerung des Unternehmenswerts, die Schaffung einer soliden Kapitalbasis zur Finanzierung des zukünftigen Wachstums sowie die Gewährleistung attraktiver Dividendenzahlungen und des Kapitaldienstes.

Die Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht geändert.

Eigen- und Fremdkapital sowie Nettoverschuldung im Konzernabschluss

Das Eigenkapital hat eine Höhe von 5.332 Mio. € (30.9.2015: 5.172 Mio. €), während das Fremdkapital 19.620 Mio. € (30.9.2015: 22.484 Mio. €) beträgt. Die Nettoverschuldung beläuft sich auf 2.301 Mio. € gegenüber 2.527 Mio. € am 30.9.2015.

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Eigenkapital	5.172	5.332
Fremdkapital	22.484	19.620
Nettoverschuldung	2.527	2.301
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnissen)	7.366	4.759
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente gemäß Bilanz	4.415	2.368
Kurzfristige Geldanlagen ¹	424	90

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

Lokale Kapitalanforderungen

Die Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP zielt stets darauf ab, dass die Konzerngesellschaften eine den lokalen Anforderungen entsprechende Eigenkapitalausstattung haben. Im aktuellen Geschäftsjahr wurden alle extern auferlegten Kapitalanforderungen erfüllt. Diese beinhalten beispielsweise die Einhaltung eines bestimmten Verschuldungsgrads oder einer festen Eigenkapitalquote.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse (netto) resultieren im Wesentlichen aus dem Verkauf von Waren und setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2014/15	2015/16
METRO Cash & Carry	29.690	28.999
Media-Saturn	21.737	21.869
Real	7.735	7.478
Sonstige	56	72
	59.219	58.417

Die im Segment Sonstige ausgewiesenen Umsätze betreffen im Wesentlichen die vier verbliebenen Real-Standorte in Rumänien mit 57 Mio. € (2014/15: 49 Mio. €) sowie Provisionserträge der MGB METRO Group Buying HK Ltd. für das Geschäft mit Dritten mit 15 Mio. € (2014/15: 7 Mio. €).

Von den Umsatzerlösen entfallen 35,8 Mrd. € (2014/15: 36,7 Mrd. €) auf Konzernunternehmen mit internationalem Sitz.

———— Die Entwicklung der Umsätze nach Geschäfts- und Regionensegmenten ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Mio. €	2014/15	2015/16
Mieten einschließlich Erstattungen von Mietnebenkosten	361	332
Dienstleistungen/Kostenerstattungen	258	245
Serviceleistungen an Lieferanten	187	173
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen	240	103
Erträge aus Entkonsolidierung	11	452
Übrige	219	233
	1.275	1.537

Serviceleistungen an Lieferanten entfallen im Wesentlichen auf die Segmente METRO Cash & Carry mit 145 Mio. € (2014/15: 157 Mio. €), Media-Saturn mit 16 Mio. € (2014/15: 20 Mio. €) und Real mit 7 Mio. € (2014/15: 5 Mio. €). Der Rückgang im Segment METRO Cash & Carry resultiert im Wesentlichen mit 8 Mio. € aus dem Verkauf von MAKRO Cash & Carry Wholesale S.A. in Griechenland im Januar 2015 (2015/16: 0 Mio. €; 2014/15: 8 Mio. €) sowie mit 6 Mio. € aus der im Dezember

2015 durchgeführten Veräußerung der Großhandelsaktivitäten in Vietnam (2015/16: 3 Mio. €; 2014/15: 9 Mio. €).

Die Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen beinhalten mit 41 Mio. € Erträge aus der Veräußerung von Immobilien, die zukünftig vollständig oder überwiegend von Dritten genutzt werden (2014/15: 197 Mio. €). Aus der Veräußerung von Immobilien, die auch weiterhin noch im Rahmen eines Mietverhältnisses durch die METRO GROUP genutzt werden sollen, sind Erträge in Höhe von 34 Mio. € enthalten (2014/15: 12 Mio. €). Des Weiteren beinhaltet die Position im Wesentlichen Erträge aus Zuschreibungen in Höhe von 16 Mio. € (2014/15: 22 Mio. €) und Erträge aus dem Abgang von Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 6 Mio. € (2014/15: 5 Mio. €).

In den Erträgen aus Entkonsolidierung sind Erträge aus der Veräußerung der Großhandelsaktivitäten in Vietnam in Höhe von 451 Mio. € enthalten.

Die übrigen sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten insbesondere Erträge aus Schadensersatz in Höhe von 18 Mio. € (2014/15: 24 Mio. €). Darüber hinaus sind unter anderem Zuschüsse der öffentlichen Hand in Höhe von 9 Mio. € (2014/15: 9 Mio. €), Erträge aus der Ausbuchung von verjährten Verbindlichkeiten in Höhe von 6 Mio. € (2014/15: 9 Mio. €) sowie Erträge aus Bauleistungen 6 Mio. € (2014/15: 0 Mio. €) enthalten.

3. Vertriebskosten

Mio. €	2014/15	2015/16
Personalkosten	5.166	5.081
Sachkosten	5.055	4.879
	10.221	9.960

Im Bereich der Vertriebskosten reduzieren sich die Personalkosten im Wesentlichen aufgrund der im Vorjahr vorgenommenen Standortschließungen bei Real Deutschland.

Bei den Sachkosten haben Standortschließungen des Vorjahres sowie des Geschäftsjahres 2015/16 insbesondere zu einer Reduktion von Abschreibungen, Mietaufwendungen und Energiekosten geführt. Der Rückgang der Abschreibungen wurde auch durch außerplanmäßige Abschreibungen im Vorjahr bei METRO Cash & Carry sowie im Immobilienbereich beeinflusst.

Darüber hinaus haben reduzierte Werbemaßnahmen sowie höhere Werbekostenzuschüsse, insbesondere im Segment Media-Saturn, die Sachkosten verringert.

4. Allgemeine Verwaltungskosten

Mio. €	2014/15	2015/16
Personalkosten	758	832
Sachkosten	709	729
	1.467	1.562

Die allgemeinen Verwaltungskosten haben sich gegenüber dem Vorjahr insbesondere im Bereich der Personalkosten erhöht. Ursächlich hierfür ist ein Anstieg des Restrukturierungsaufwands sowie der Löhne und Gehälter. Gegenläufig haben sich die variablen Vergütungen entwickelt.

Ein Anstieg der Beratungsaufwendungen innerhalb der Sachkosten wird im Wesentlichen kompensiert durch einen Rückgang der sonstigen Steuern sowie die Auflösung diverser Rückstellungen.

5. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Mio. €	2014/15	2015/16
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	457	0
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	35	27
Übrige	26	27
	518	54

Der Rückgang der Sonstigen betrieblichen Aufwendungen resultiert im Wesentlichen aus den im Vorjahr enthaltenen Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte bei Real.

Die Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens beinhalten hauptsächlich Aufwendungen aus dem Abgang von Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 24 Mio. € (2014/15: 34 Mio. €).

Die übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten insbesondere Aufwendungen aus Bauleistungen in Höhe von 7 Mio. € (2014/15: 0 Mio. €).

6. Ergebnisanteil aus operativen / nicht operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen

In der Gewinn- und Verlustrechnung wird seit dem Geschäftsjahr 2015/16 das Ergebnis von nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen, die einen operativen Bezug zur gewöhnlichen Geschäftstätigkeit haben, innerhalb des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) unter der Position „Ergebnisanteil aus operativen, nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen“ gezeigt. Es beträgt 102 Mio. € und beinhaltet mit 89 Mio. € das Beteiligungsergebnis der EZW Kauf- und Freizeitpark GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, welches im Wesentlichen durch den Verkauf der Anteile im Geschäftsjahr bestimmt wird. Die Ergebnisanteile aus nicht operativen, nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen werden weiterhin innerhalb des Finanzergebnisses ausgewiesen und betragen 3 Mio. € (2014/15: 2 Mio. €).

7. Sonstiges Beteiligungsergebnis

Das Sonstige Beteiligungsergebnis beträgt –4 Mio. € (2014/15: 0 Mio. €). Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus der Abschreibung der Anteile an der Diehl & Brüser Handelskonzepte GmbH in Höhe von 3 Mio. €.

8. Zinsertrag/Zinsaufwand

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2014/15	2015/16
Zinserträge	62	93
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(0)	(0)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge	(8)	(8)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:		
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(39)	(35)
bis zur Endfälligkeit gehalten	(0)	(0)
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(4)	(2)
zur Veräußerung verfügbar	(0)	(0)
Zinsaufwendungen	-344	-314
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(-84)	(-87)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge	(-41)	(-35)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:		
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(-6)	(-3)
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-190)	(-148)
	-282	-221

Die Zinserträge und Zinsaufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

Der Anstieg der Zinserträge ist im Wesentlichen auf periodenfremde Zinserträge aus Steuererstattungen zurückzuführen.

Die Zinsaufwendungen der Bewertungskategorie „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“ beinhalten im Wesentlichen Zinsaufwendungen für ausgegebene Anleihen (einschließlich „Commercial Paper Programme“) in Höhe von 98 Mio. € (2014/15: 130 Mio. €) und für Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 19 Mio. € (2014/15: 38 Mio. €).

Der Rückgang der Zinsaufwendungen resultiert sowohl aus einer günstigeren Refinanzierung als auch aus einer geringeren Verschuldung.

9. Übriges Finanzergebnis

Die sonstigen finanziellen Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet. Dabei sind neben Erträgen und Aufwendungen aus der Bewertung von Finanzinstrumenten gemäß IAS 39 auch Bewertungen von Fremdwährungspositionen gemäß IAS 21 berücksichtigt.

Mio. €	2014/15	2015/16
Sonstige finanzielle Erträge	271	118
davon aus Wechselkurseffekten	(172)	(73)
davon aus Sicherungsgeschäften	(85)	(20)
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-442	-242
davon aus Wechselkurseffekten	(-320)	(-109)
davon aus Sicherungsgeschäften	(-31)	(-36)
Übriges Finanzergebnis	-172	-124
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:		
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(-41)	(-9)
bis zur Endfälligkeit gehalten	(-0)	(0)
zu Handelszwecken gehalten	(12)	(-28)
zur Veräußerung verfügbar	(0)	(0)
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-124)	(-54)
davon aus Fair-Value-Hedges:		
Grundgeschäfte	(0)	(0)
Sicherungsgeschäfte	(0)	(0)
davon aus Cashflow Hedges:		
Ineffektivitäten	(-9)	(-1)

Das Gesamtergebnis aus Wechselkurseffekten sowie aus Bewertungsergebnissen von Sicherungsgeschäften und Sicherungszusammenhängen beträgt -52 Mio. € (2014/15: -95 Mio. €). Wie bereits im Vorjahr resultiert dieser Wert überwiegend aus Fremdwährungsfinanzierungen in Osteuropa. Darüber hinaus ist das übrige Finanzergebnis mit -25 Mio. € (2014/15: -2 Mio. €) durch Währungseffekte belastet, die aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen entstanden sind und im Jahr der Entkonsolidierung beziehungsweise im Jahr der Einstellung der Geschäftstätigkeit des Tochterunternehmens erfolgswirksam aufgelöst werden.

———— Informationen zu möglichen Auswirkungen von Währungsrisiken finden sich in Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

10. Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien

Die wesentlichen Ergebniseinflüsse aus Finanzinstrumenten stellen sich wie folgt dar:

2014/15								
Mio. €	Beteiligungen	Zinsen	Fair-Value-Bewertungen	Währungsumrechnungen	Abgänge	Wertberichtigungen	Sonstiges	Nettoergebnis
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	39	0	-41	0	-19	1	-21
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-2	53	0	0	0	-51	1
Zur Veräußerung verfügbar	0	0	0	0	0	0	0	-0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-190	-1	-108	9	0	-16	-305
	0	-152	53	-149	9	-19	-67	-326

2015/16								
Mio. €	Beteiligungen	Zinsen	Fair-Value-Bewertungen	Währungsumrechnungen	Abgänge	Wertberichtigungen	Sonstiges	Nettoergebnis
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	35	0	-2	-1	-30	-0	2
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-1	-16	0	0	0	-13	-30
Zur Veräußerung verfügbar	-3	0	0	0	0	0	0	-3
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-148	1	-34	5	0	-20	-196
	-3	-115	-15	-36	4	-30	-34	-228

Die Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

Die Erträge aus Beteiligungen und die Ergebniseffekte aus dem Abgang von Beteiligungen sind im sonstigen Beteiligungsergebnis berücksichtigt. Die Erträge und Aufwendungen aus Zinsen sind Bestandteil des Zinsergebnisses. Fair-Value-Bewertungen sowie Effekte aus sonstigen Finanzaufwendungen und aus der Währungsumrechnung werden im übrigen Finanzergebnis erfasst. Ergebniseffekte aus dem Abgang sonstiger finanzieller Verbindlichkeiten sind Bestandteil des betrieblichen Ergebnisses (EBIT). Ergebniseffekte aus dem Abgang von Vermögenswerten, die als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert waren, werden im übrigen Finanzergebnis erfasst, soweit es sich nicht um Beteiligungen handelt. Die

Aufwendungen aus Wertberichtigungen sind im Wesentlichen Bestandteil des betrieblichen Ergebnisses.

— Eine detaillierte Beschreibung der Wertberichtigungen findet sich unter Nummer 28 Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente.

Bei den verbleibenden finanziellen Erträgen und Aufwendungen, die im übrigen Finanzergebnis erfasst werden, handelt es sich überwiegend um Bankprovisionen und ähnliche Aufwendungen, die im Zusammenhang mit finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten stehen.

11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die für die einzelnen Länder erwarteten tatsächlichen Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen.

Mio. €	2014/15	2015/16
Tatsächliche Steuern	444	449
davon Deutschland	(118)	(151)
davon international	(326)	(298)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(454)	(488)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(-10)	(-39)
Latente Steuern	36	110
davon Deutschland	(34)	(55)
davon international	(2)	(55)
	480	559

Der Ertragsteuersatz der deutschen Gesellschaften der METRO GROUP setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15,00 Prozent zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,50 Prozent sowie dem Gewerbesteuersatz von 14,70 Prozent bei einem durchschnittlichen Hebesatz von 420,00 Prozent. Insgesamt ergibt sich daraus ein Gesamtsteuersatz von 30,53 Prozent. Die Steuersätze stimmen mit den Vorjahreswerten überein. Die angewandten ausländischen Ertragsteuersätze basieren auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen und variieren zwischen 0,00 Prozent (Tax Holidays) und 38,00 Prozent. Auch hier gibt es keine Veränderung zum Vorjahr.

Der tatsächliche Ertragsteueraufwand des Geschäftsjahres 2015/16 wurde in Höhe von 5 Mio. € aufgrund der Nutzung bisher nicht berücksichtigter steuerlicher Verluste gemindert (2014/15: 0 Mio. €).

Der latente Steueraufwand des Geschäftsjahres 2015/16 beinhaltet einen Aufwand von 2 Mio. € aus Steuersatzänderungen (2014/15: 4 Mio. €).

Mio. €	2014/15	2015/16
Latente Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung	36	110
davon aus temporären Differenzen	(-9)	(68)
davon aus Verlust- und Zinsvorträgen	(45)	(42)

Der Ertragsteueraufwand von 559 Mio. € (2014/15: 518 Mio. €), der vollständig auf das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit entfällt, ist um 188 Mio. € (2014/15: 142 Mio. €) höher als der erwartete Ertragsteueraufwand von 371 Mio. € (2014/15: 376 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. €	2014/15	2015/16
Ergebnis vor Steuern	1.232	1.216
davon aus fortgeführten Aktivitäten	259	1.167
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	973	49
Erwarteter Ertragsteueraufwand (30,53 %)	376	371
Auswirkungen abweichender nationaler Steuersätze	-46	-59
Periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge	-10	-39
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	99	91
Auswirkungen nicht angesetzter bzw. wertberichtigter latenter Steuern	200	238
Hinzurechnungen und Kürzungen für lokale Steuern	27	8
Steuerfreie Erträge / Tax Holidays	-22	-55
Sonstige Abweichungen	-106	4
Ertragsteueraufwand laut Gewinn- und Verlustrechnung	518	559
davon aus fortgeführten Aktivitäten	480	559
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	38	0
Konzernsteuerquote	42,0 %	46,0 %
davon aus fortgeführten Aktivitäten	185,5 %	47,9 %
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	3,8 %	0,0 %

Die periodenfremden Steueraufwendungen und -erträge enthalten im Wesentlichen eine Erstattung aus einem im Geschäftsjahr entschiedenen Rechtsstreit.

Die sonstigen Abweichungen beinhalten im Vorjahr im Wesentlichen einen Ertrag aus der Veräußerung der Galeria-Kaufhof-Gruppe (-243 Mio. €) sowie einen Aufwand aus der Wertberichtigung des Geschäfts- oder Firmenwerts für Real Deutschland (136 Mio. €).

12. Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern

Das Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern beinhaltet folgende Bestandteile:

Mio. €	2014/15	2015/16
Erlöse	3.021	0
Aufwendungen	-2.868	0
Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten vor Steuern	153	0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag auf laufendes Ergebnis	-15	0
Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	138	0
Bewertungs-/Veräußerungsergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten vor Steuern	797	49
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag auf Bewertungs-/Veräußerungsergebnis	0	0
Bewertungs-/Veräußerungsergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	797	49
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	935	49

Mit Datum vom 15. Juni 2015 unterzeichnete die METRO GROUP eine Vereinbarung mit der Hudson's Bay Company, Toronto, Kanada, über den Verkauf des gesamten Warenhausgeschäfts. Hierzu gehörten 102 Standorte von Galeria Kaufhof und 16 Sportarena-Filialen in Deutschland sowie 16 Warenhäuser des Tochterunternehmens Galeria Inno in Belgien. Ebenso waren die 59 Immobilien, die sich im Eigentum und/oder in der Verwaltung der Galeria Real Estate Group befanden, Bestandteil der Vereinbarung. Im Geschäftsjahr 2015/16 führen nachlaufende Effekte aus dieser Transaktion im Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten zu einem Ertrag von 49 Mio. €. Dieser setzt sich zusammen aus einem Ertrag aus der Auflösung von Rückstellungen für Risiken aus dem Verkauf des Warenhausgeschäfts in Höhe von 36 Mio. € und einem Ertrag von 13 Mio. € aus der Veräußerung von Minderheitsanteilen an einigen Immobiliengesellschaften der Galeria-Kaufhof-Gruppe an deren Erwerber.

Das Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern steht in vollem Umfang den Anteilseignern der METRO AG zu.

In der Kapitalflussrechnung der METRO GROUP erfolgt für die nicht fortgeführten Aktivitäten ein getrennter Ausweis der Werte der Cashflows aus betrieblicher, Investitions- und Finanzierungstätigkeit.

13. Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis

Das den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnende Periodenergebnis betrifft mit 118 Mio. € (2014/15: 96 Mio. €) Gewinnanteile und mit 60 Mio. € (2014/15: 54 Mio. €) Verlustanteile. Im Wesentlichen handelt es sich um Gewinn-/Verlustanteile nicht beherrschender Gesellschafter der Vertriebslinie Media-Saturn.

14. Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnenden Periodenergebnisses durch eine gewichtete Zahl ausgegebener Aktien. Eine Mehrdividende wird dabei grundsätzlich bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie vom Periodenergebnis, das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnen ist, abgezogen. Ein Verwässerungseffekt, der sich aus sogenannten potenziellen Aktien ergeben könnte, ist weder im Berichtszeitraum noch im Vorjahr eingetreten.

	2014/15	2015/16
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	326.787.529	326.787.529
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis (Mio. €)	672	599
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	2,06	1,83

Das Ergebnis je Vorzugsaktie beträgt im Geschäftsjahr 1,89 € (2014/15: 2,12 €) und liegt somit um den Betrag der Mehrdividende von 0,06 € über dem Ergebnis je Aktie (2014/15: 0,06 €).

15. Abschreibungen

Die Abschreibungen in Höhe von 1.036 Mio. € (2014/15: 1.489 Mio. €) beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 108 Mio. € (2014/15: 566 Mio. €), davon betreffen 52 Mio. € (2014/15: 3 Mio. €) die sonstigen immateriellen Vermögenswerte sowie 53 Mio. € (2014/15: 79 Mio. €) das Sachanlagevermögen.

Die außerplanmäßigen Abschreibungen bei den immateriellen Vermögenswerten betreffen im Wesentlichen in Höhe von 44 Mio. € Media-Saturn, davon die außerplanmäßige Abschreibung der Marke Redcoon in Höhe von 34 Mio. € aufgrund der Beendigung von ausgewähltem unprofitablem Onlinegeschäft. Beim Sachanlagevermögen betreffen die außerplanmäßigen Abschreibungen im Wesentlichen in

Höhe von 20 Mio. € Media-Saturn Russland sowie in Höhe von 10 Mio. € MAKRO Cash & Carry Polen, im Wesentlichen aufgrund von Standortschließungen.

Die Aufteilung der Abschreibungsbeträge in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie auf die betroffenen Vermögenswertkategorien stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	2014/15	2015/16
Umsatzkosten	19	57
davon planmäßige Abschreibungen	(19)	(21)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(36)
Vertriebskosten	905	870
davon planmäßige Abschreibungen	(802)	(804)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(102)	(65)
Allgemeine Verwaltungskosten	107	107
davon planmäßige Abschreibungen	(101)	(102)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(5)	(4)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	457	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(457)	(0)
Finanzergebnis	1	3
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(1)	(3)
	1.489	1.036

Mio. €	2014/15	2015/16
Geschäfts- oder Firmenwerte	457	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(457)	(0)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	104	168
davon planmäßige Abschreibungen	(102)	(116)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(3)	(52)
Sachanlagen	888	854
davon planmäßige Abschreibungen	(809)	(801)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(79)	(53)
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	38	11
davon planmäßige Abschreibungen	(12)	(10)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(26)	(1)
Finanzanlagen ¹	1	3
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(1)	(3)
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	0	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(0)
	1.489	1.036

¹ Enthalten nach der Equity-Methode bilanzierte sowie zu Anschaffungskosten bewertete Beteiligungen

Von den außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 108 Mio. € (2014/15: 566 Mio. €) entfallen auf METRO Cash & Carry 20 Mio. € (2014/15: 58 Mio. €), auf Media-Saturn 81 Mio. € (2014/15: 31 Mio. €), auf Real 1 Mio. € (2014/15: 450 Mio. €) und auf andere Gesellschaften 6 Mio. € (2014/15: 28 Mio. €).

16. Materialaufwand

In den Umsatzkosten sind folgende Materialaufwendungen enthalten:

Mio. €	2014/15	2015/16
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	46.668	45.864
Aufwendungen für bezogene Leistungen	40	44
	46.708	45.908

17. Personalaufwand

Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2014/15	2015/16
Löhne und Gehälter	5.302	5.339
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	1.204	1.171
davon für Altersversorgung	(71)	(58)
	6.505	6.510

Die im Personalaufwand aufgeführten Löhne und Gehälter enthalten Aufwendungen für Restrukturierungen und Abfindungen in Höhe von 245 Mio. € (2014/15: 163 Mio. €). Die an die Kennzahl EBITaC angelehnte variable Vergütung sank von 124 Mio. € im Geschäftsjahr 2014/15 auf 77 Mio. € im Geschäftsjahr 2015/16. Ein weiterer Bestandteil der Löhne und Gehälter sind Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 28 Mio. € (2014/15: 7 Mio. €).

In Deutschland wurde 22.484 Versorgungsempfängern die Umwandlung künftiger Versorgungsleistungen aus der betrieblichen Altersversorgung in einen einmaligen Kapitalbetrag angeboten. Dieses Angebot wurde von 7.552 Versorgungsempfängern angenommen. Hieraus ist ein Ertrag in Höhe von 42 Mio. € entstanden.

Im Jahresdurchschnitt waren im Konzern beschäftigt:

Anzahl der Mitarbeiter nach Köpfen	2014/15	2015/16
Arbeiter/Angestellte	226.895	219.678
Auszubildende	7.067	6.375
	233.962	226.053

Hierin sind auf Personenbasis 59.693 (2014/15: 60.341) Teilzeitbeschäftigte berücksichtigt. Die Anzahl der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter betrug 135.349 (2014/15: 142.497).

18. Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern (zum Beispiel Grundsteuer, Kraftfahrzeugsteuer, Verbrauch- und Verkehrssteuer) setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2014/15	2015/16
Sonstige Steuern	137	130
davon aus Umsatzkosten	(2)	(4)
davon aus Vertriebskosten	(97)	(102)
davon aus Allgemeinen Verwaltungskosten	(37)	(24)

Erläuterungen zur Bilanz

19. Geschäfts- oder Firmenwerte

Die Geschäfts- oder Firmenwerte betragen 3.361 Mio. € (30.9.2015: 3.301 Mio. €).

Im Segment METRO Cash & Carry Horeca entstand aus der Übernahme des Lebensmittellieferanten Rungis Express ein Firmenwert in Höhe von 37 Mio. €. Aus der Erstkonsolidierung des spanischen Food-Service-Distributions-Unternehmens MIDBAN ging ein Firmenwert in Höhe von 10 Mio. € zu. Darüber hinaus wurde der Firmenwert von Classic Fine Foods um 1 Mio. € angepasst.

Im Segment Media-Saturn führte der Erwerb der RTS-Gruppe zu einem Anstieg von 12 Mio. €.

Wesentliche Anteile der Geschäfts- oder Firmenwerte bestanden zum Berichtsstichtag bei folgenden Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten:

	30.9.2015		30.9.2016	
	Mio. € ¹	WACC % ¹	Mio. €	WACC %
METRO Cash & Carry Horeca	1.078	5,9	1.126	6,3
Real Deutschland	638	5,4	638	5,1
METRO Cash & Carry Multispecialists	630	6,5	630	7,4
METRO Cash & Carry Trader	332	8,3	332	9,5
Media-Saturn Deutschland / Redcoon-Gruppe	300	6,3	300	6,4
Media-Saturn Italien	72	7,5	72	9,2
Übrige (jeweils < 50 Mio. € oder Corporate Assets)	251		263	
	3.301		3.361	

¹ Die Vorjahresangaben wurden zwecks besserer Vergleichbarkeit angepasst

Aufgrund der Vorschriften des IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 wird eine jährliche Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte durchgeführt. Diese erfolgt auf der Ebene einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Diese Gruppe ist beim Geschäfts- oder Firmenwert bei METRO Cash & Carry das operative Segment, bei Real und Media-Saturn grundsätzlich die Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land. Im Zuge der Einführung des New Operating Model ab 1. Oktober 2015 wurden die einzelnen METRO Cash & Carry Länder in die drei Cluster Horeca, Multispecialists und Trader

aufgeteilt. Zum Cluster Horeca gehören Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Portugal, Spanien, Türkei sowie Classic Fine Foods. Multispecialists sind Österreich, Belgien, Bulgarien, China, Kroatien, Indien, Kasachstan, Niederlande, Pakistan, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn. In das Cluster Trader fallen Moldawien, Polen, Rumänien und die Ukraine. Dadurch wird die Überwachung der Geschäfts- oder Firmenwerte nicht mehr auf der bisherigen Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land vorgenommen, sondern auf der Ebene der drei Cluster.

Ausnahmen von der Einteilung in Organisationseinheit pro Land bilden im Segment Media-Saturn Media-Saturn Deutschland und die Redcoon-Gruppe sowie Media-Saturn Niederlande und die iBOOD-Gruppe. Diese bilden aufgrund ihrer engen organisatorischen Verzahnung die Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten Media-Saturn Deutschland / Redcoon-Gruppe sowie Media-Saturn Niederlande / iBOOD-Gruppe. Bei der Prüfung auf Werthaltigkeit wird die Summe der Buchwerte der Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten dem erzielbaren Betrag gegenübergestellt. Als erzielbarer Betrag wird der Fair Value abzüglich Verkaufskosten verwendet, der aus diskontierten zukünftigen Cashflows und mithilfe von Eingangsparametern des Levels 3 der Fair-Value-Hierarchie berechnet wird.

— Die Beschreibung der Hierarchien der Fair Values ist unter Nummer 41 Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien aufgeführt.

Die erwarteten Cashflows basieren auf einem qualifizierten Planungsprozess unter Beachtung von unternehmensinternen Erfahrungswerten sowie unternehmensextern erhobenen volkswirtschaftlichen Rahmendaten. Der Detailplanungszeitraum umfasst grundsätzlich drei Jahre, in Ausnahmefällen kann dieser bei Vorliegen einer darüber hinausgehenden Detailplanung fünf Jahre betragen. Im Anschluss an den Detailplanungszeitraum wird wie im Vorjahr in der Regel eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent unterstellt, mit Ausnahme der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Real Deutschland, bei der wie im Vorjahr eine Wachstumsrate von 0,5 Prozent angenommen wird. Als Kapitalisierungszinssatz wird der durchschnittliche gewichtete Kapitalkostensatz (WACC) unter Anwendung des Capital Asset Pricing Model abgeleitet. Hierbei

wird für alle im gleichen Geschäftsfeld agierenden Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten eine individuelle Gruppe von Vergleichsunternehmen (Peer Group) unterstellt. Die Kapitalisierungszinssätze bestimmen sich ferner unter Annahme eines Basiszinssatzes von 0,9 Prozent (30.9.2015: 1,25 Prozent), und einer Marktrisiko­prämie von 6,75 Prozent (30.9.2015: 6,75 Prozent) in Deutschland sowie eines Beta-Faktors zwischen 1,03 und 1,13 (30.9.2015: 0,94 bis 1,09). Sowohl auf den Eigenkapitalkostensatz als auch auf den Fremdkapitalkostensatz werden jeweils landesspezifische Risikoschläge auf Basis des Ratings des jeweiligen Landes erhoben. Die individuell für jede Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten ermittelten Kapitalisierungszinssätze nach Steuern liegen zwischen 5,1 und 9,5 Prozent (30.9.2015: 5,4 bis 8,3 Prozent).

Für die als wesentlich erachteten Geschäfts- oder Firmenwerte wurden bei der vorgeschriebenen jährlichen Werthaltigkeitsprüfung zum 30. September 2016 die folgenden Annahmen zur Entwicklung der Umsätze, des EBIT und der für Bewertungszwecke angestrebten EBIT-Marge während des Detailplanungszeitraums getroffen, wobei die EBIT-Marge das Verhältnis des EBIT zu den Umsatzerlösen darstellt.

	Umsatz	EBIT	EBIT-Marge	Detailplanungszeitraum (Jahre)
METRO Cash & Carry Horeca	Solides Wachstum	Deutliches Wachstum	Leichtes Wachstum	3
Real Deutschland	Leichtes Wachstum	Deutliches Wachstum	Leichtes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Multispecialists	Solides Wachstum	Leichtes Wachstum	Unverändert	3
METRO Cash & Carry Trader	Leichtes Wachstum	Leichtes Wachstum	Leichtes Wachstum	4
Media-Saturn Deutschland / Redcoon-Gruppe	Solides Wachstum	Solides Wachstum	Unverändert	3

Die vorgeschriebene jährliche Prüfung bestätigte zum 30. September 2016 die Werthaltigkeit aller aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte.

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 für keine der Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten mit Ausnahme von Real Deutschland sowie METRO Cash & Carry Trader eine Wertminderung resultieren.

Bei der Werthaltigkeitsprüfung des Geschäfts- oder Firmenwerts von Real Deutschland überstieg der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten den Buchwert um 54 Mio. €, während es bei METRO Cash & Carry Trader 9 Mio. € waren.

Bei einer um 0,3 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 5,3 Prozent anstatt 5,1 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 130 Mio. € anstatt 135 Mio. € würde bei Real Deutschland der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei METRO Cash & Carry Trader würde bei einer um 0,2 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 9,6 Prozent anstatt 9,5 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 80 Mio. € anstatt 81 Mio. € der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen.

Mio. €	Geschäfts- oder Firmenwerte
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2014	3.860
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	184
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	-116
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2015	3.928
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	60
Abgänge	-0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2016	3.988
Abschreibungen	
Stand 1.10.2014	189
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	457
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	-20
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2015	627
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2016	627
Buchwert 1.10.2014	3.671
Buchwert 30.9.2015	3.301
Buchwert 30.9.2016	3.361

20. Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Mio. €	Immaterielle Vermögenswerte ohne Geschäfts- oder Firmenwerte	(davon selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte)
Anschaffungs- oder Herstellungskosten		
Stand 1.10.2014	1.840	(1.056)
Währungsumrechnung	-9	(-2)
Zugänge Konsolidierungskreis	116	(1)
Zugänge	133	(71)
Abgänge	-14	(-2)
Umgliederungen in IFRS 5	-210	(-184)
Umbuchungen	9	(-2)
Stand 30.9./1.10.2015	1.864	(940)
Währungsumrechnung	1	(0)
Zugänge Konsolidierungskreis	52	(0)
Zugänge	160	(61)
Abgänge	-84	(-44)
Umgliederungen in IFRS 5	0	(0)
Umbuchungen	-7	(-3)
Stand 30.9.2016	1.986	(954)
Abschreibungen		
Stand 1.10.2014	1.460	(868)
Währungsumrechnung	-7	(-1)
Zugänge, planmäßig	116	(73)
Zugänge, außerplanmäßig	3	(2)
Abgänge	-12	(-0)
Umgliederungen in IFRS 5	-169	(-149)
Zuschreibungen	0	(0)
Umbuchungen	8	(0)
Stand 30.9./1.10.2015	1.399	(793)
Währungsumrechnung	1	(0)
Zugänge, planmäßig	116	(60)
Zugänge, außerplanmäßig	52	(1)
Abgänge	-72	(-37)
Umgliederungen in IFRS 5	0	(0)
Zuschreibungen	0	(0)
Umbuchungen	-7	(-21)
Stand 30.9.2016	1.489	(797)
Buchwert 1.10.2014	380	(188)
Buchwert 30.9.2015	464	(147)
Buchwert 30.9.2016	497	(157)

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte weisen sowohl begrenzte wirtschaftliche Nutzungsdauern als auch unbegrenzte Nutzungsdauern auf. Immaterielle Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer werden planmäßig abgeschrieben. Bei den unbegrenzt nutzbaren Vermögenswerten handelt

es sich um erworbene Markenrechte ohne zeitliche Beschränkung. Diese unterliegen einem jährlichen Impairment-Test.

Die Konsolidierungskreiszugänge beinhalten mit 39 Mio. € im Rahmen der Unternehmensakquisition von Rungis Express

erworbene Marken sowie Kundenbeziehungen. Mit dem Erwerb der RTS-Gruppe sind 13 Mio. € zugegangen, die im Wesentlichen auf den erworbenen Kundenstamm sowie auf Software entfallen.

Von den Zugängen in Höhe von 160 Mio. € betreffen 61 Mio. € selbst erstellte Software, 57 Mio. € von Dritten erworbene Software sowie 42 Mio. € Konzessionen, Rechte und Lizenzen.

Die Zugänge zu den planmäßigen Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 116 Mio. € (2014/15: 116 Mio. €) werden mit 69 Mio. € (2014/15: 65 Mio. €) in den allgemeinen Verwaltungskosten, mit 41 Mio. € (2014/15: 36 Mio. €) in den Vertriebskosten, mit 6 Mio. € (2014/15: 3 Mio. €) in den Umsatzkosten sowie mit 0 Mio. € (2014/15: 15 Mio. €) im Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern ausgewiesen.

Die außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 52 Mio. € (2014/15: 3 Mio. €) betreffen mit 50 Mio. € (2014/15: 1 Mio. €) erworbene Konzessionen, Rechte und Lizenzen (davon Marke „Redcoon“ 34 Mio. €), mit 1 Mio. € (2014/15: 2 Mio. €) selbst erstellte Software sowie mit 1 Mio. € (2014/15: 0 Mio. €) Miet- und Nutzungsrechte.

Die Werthaltigkeit der Marke „Classic Fine Foods“ (48 Mio. €) wurde anhand der „Relief-from-Royalty“-Methode überprüft. Dabei wurde eine Lizenzgebühr in Höhe von 1 Prozent des Umsatzes angesetzt. Für die Kapitalisierung wurde ein Kapitalkostensatz in Höhe von 7,6 Prozent unterstellt.

Die als Aufwand erfassten Ausgaben für Forschung und Entwicklung betreffen im Wesentlichen selbst erstellte Software und betragen im Geschäftsjahr 2015/16 21 Mio. € (2014/15: 39 Mio. €).

Für immaterielle Vermögenswerte bestehen – wie im Vorjahr – keine Eigentums- oder Verfügungsbeschränkungen. Es wurden Erwerbsverpflichtungen für immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 1 Mio. € (30.9.2015: 1 Mio. €) eingegangen.

21. Sachanlagen

Zum 30. September 2016 wurden Sachanlagen in Höhe von 8.141 Mio. € (30.9.2015: 7.955 Mio. €) bilanziert. Die Entwicklung der Sachanlagen kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

Mio. €	Grundstücke und Bauten	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand 1.10.2014	11.714	8.261	258	20.233
Währungsumrechnung	-422	-193	-37	-652
Zugänge Konsolidierungskreis	39	3	0	42
Zugänge	270 ¹	442	342 ¹	1.054
Abgänge	-198	-452	-13	-663
Umgliederungen in IFRS 5	-1.950	-593	-7	-2.550
Umbuchungen	175	137	-326	-14
Stand 30.9./1.10.2015	9.629	7.605	217	17.451
Währungsumrechnung	-19	-2	0	-21
Zugänge Konsolidierungskreis	1	4	0	5
Zugänge	290 ¹	502	345	1.136
Abgänge	-190	-520	-22	-732
Umgliederungen in IFRS 5	-8	0	0	-8
Umbuchungen	128	194	-325	-2
Stand 30.9.2016	9.832	7.783	215	17.830
Abschreibungen				
Stand 1.10.2014	4.607	5.595	7	10.208
Währungsumrechnung	-92	-113	-1	-206
Zugänge, planmäßig	351	531	0	882
Zugänge, außerplanmäßig	39	35	5	79
Abgänge	-145	-398	0	-543
Umgliederungen in IFRS 5	-487	-405	0	-892
Zuschreibungen	-12	-9	0	-22
Umbuchungen	7	-16	-1	-10
Stand 30.9./1.10.2015	4.267	5.220	9	9.496
Währungsumrechnung	-18	0	0	-18
Zugänge, planmäßig	319	475	7	801
Zugänge, außerplanmäßig	13	39	1	53
Abgänge	-161	-477	0	-637
Umgliederungen in IFRS 5	-5	0	0	-5
Zuschreibungen	0	-6	0	-6
Umbuchungen	-6	10	0	4
Stand 30.9.2016	4.409	5.262	17	9.688
Buchwert 1.10.2014	7.108	2.666	251	10.025
Buchwert 30.9.2015	5.362	2.384	208	7.955
Buchwert 30.9.2016	5.424	2.520	197	8.141

¹ Enthalten Umgliederungen von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die Sachanlagen

Der Anstieg um 186 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus den Zugängen zum Sachanlagevermögen, die mit 1.136 Mio. € die planmäßigen und außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 854 Mio. € um 282 Mio. € übersteigen. Gegenläufig wirken mit 95 Mio. € die Abgänge, die die Anschaffungs- und Herstel-

lungskosten um 732 Mio. € und im Gegenzug die Abschreibungen um 637 Mio. € mindern.

Die Währungseffekte wirken sich mit -3 Mio. € (2014/15: -446 Mio. €) aus. Der deutliche Rückgang gegenüber dem

Vorjahr wird besonders durch die geringe Stichtagskursveränderung des russischen Rubels verursacht.

Der Anstieg des Sachanlagevermögens wirkt sich im Wesentlichen in den Segmenten Media-Saturn und Real aus.

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen für Gegenstände des Sachanlagevermögens liegen in Höhe von 30 Mio. € (30.9.2015: 89 Mio. €) vor.

Für Gegenstände des Sachanlagevermögens wurden Erwerbsverpflichtungen in Höhe von 148 Mio. € (30.9.2015: 156 Mio. €) eingegangen.

Leasingverhältnisse

Vermögenswerte, die der METRO GROUP im Rahmen eines Finanzierungs-Leasingverhältnisses zur Verfügung stehen, sind in Höhe von 903 Mio. € (30.9.2015: 845 Mio. €) im Sachanlagevermögen sowie mit 26 Mio. € (30.9.2015: 20 Mio. €) in den als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien enthalten; sie betreffen im Wesentlichen angemietete Gebäude.

Die nachfolgenden Angaben gelten für sämtliche Leasingverhältnisse der METRO GROUP.

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 1,68 und 7,00 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 betreffen ebenfalls im Wesentlichen angemietete Gebäude und werden in der Regel über eine Grundmietzeit von bis zu 15 Jahren abgeschlossen. Die Leasingverträge beinhalten Leasingraten, die teilweise auf variablen, teilweise auf fixen Mietzinsen basieren.

Die Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen werden in den Folgeperioden wie folgt fällig:

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2015			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	178	626	1.077
Abzinsungen	-21	-143	-505
Barwert	158	483	572
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2015			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.279	3.884	3.125

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2016			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	173	655	1.074
Abzinsungen	-13	-137	-499
Barwert	159	518	574
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2016			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.251	3.754	2.947

Die zukünftig zu leistenden Leasingzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen enthalten für die Ausübung günstiger Kaufoptionen erforderliche Kaufpreiszahlungen in Höhe von 28 Mio. € (30.9.2015: 32 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Finanzierungs-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 262 Mio. € (30.9.2015: 264 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Operating-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 492 Mio. € (30.9.2015: 463 Mio. €).

Im Periodenergebnis sind Aufwendungen aus Leasingverhältnissen in Höhe von 1.338 Mio. € enthalten (2014/15: 1.539 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 156 Mio. €). Erträge aus Mietverhältnissen sind in Höhe von 264 Mio. € (2014/15: 333 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 48 Mio. €).

Die im Periodenergebnis als Aufwand erfassten bedingten Mietzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen betragen 4 Mio. € (2014/15: 7 Mio. €). Die aus Operating-Leasing-

verhältnissen erfassten Aufwendungen aus bedingten Mietzahlungen betragen 56 Mio. € (2014/15: 53 Mio. €).

Aus der Vermietung von Immobilien, die sich im juristischen Eigentum der METRO GROUP befinden, bestehen Ansprüche auf den Erhalt von Leasingzahlungen gegenüber Konzernfremden (METRO GROUP als Leasinggeber), die in den Folgeperioden wie folgt fällig werden:

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2015			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	56	159	121

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2016			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	48	122	122

22. Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien werden mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet. Zum 30. September 2016 waren insgesamt 126 Mio. € (30.9.2015: 170 Mio. €) bilanziert. Die Entwicklung dieser Immobilien kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

Mio. €	Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2014	523
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge ¹	24
Abgänge	-6
Umgliederungen in IFRS 5	-61
Umbuchungen	4
Stand 30.9./1.10.2015	484
Währungsumrechnung	1
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	1
Abgänge	-92
Umgliederungen in IFRS 5	-27
Umbuchungen	9
Stand 30.9.2016	376
Abschreibungen	
Stand 1.10.2014	300
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	12
Zugänge, außerplanmäßig	26
Abgänge	-5
Umgliederungen in IFRS 5	-19
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	1
Stand 30.9./1.10.2015	314
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	10
Zugänge, außerplanmäßig	1
Abgänge	-53
Umgliederungen in IFRS 5	-17
Zuschreibungen	-10
Umbuchungen	3
Stand 30.9.2016	250
Buchwert 1.10.2014	223
Buchwert 30.9.2015	170
Buchwert 30.9.2016	126

¹ Enthalten Umgliederungen von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“

Die Minderung von 44 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus der Veräußerung von Standorten in der Türkei sowie aus der Umgliederung von „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“ in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“.

Die Summe der Fair Values dieser „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“ beträgt 183 Mio. € (30.9.2015: 243 Mio. €). Diese sind nicht anhand von beobachtbaren Marktpreisen ermittelbar. Daher werden die Fair Values nach international anerkannten Bewertungsmethoden, insbesondere mithilfe des Vergleichswertverfahrens und der Discounted-Cashflow-Methode, ermittelt (Level 3 der dreistufigen Bewertungshierarchie des IFRS 13 [Bewertung zum beizulegenden Zeitwert]). Dabei wird ein Detailplanungszeitraum von zehn Jahren zugrunde gelegt. Neben Marktmieten wurden aus dem Markt abgeleitete Diskontierungszinssätze als wesentliche Bewertungsparameter verwendet. Die Ermittlung der Diskontierungszinssätze beruht auf der Analyse der jeweiligen Immobilienmärkte mit Auswertung von Vergleichstransaktionen und Marktpublikationen internationaler Beratungshäuser. Die auf diese Weise bestimmten Diskontierungszinssätze reflektieren dabei sowohl das jeweilige Länder- und Standortrisiko als auch das spezifische Immobilienrisiko. Darüber hinaus werden im Rahmen der Ermittlung des bestmöglichen Nutzens auch Projektentwicklungen geprüft.

Die Mieterträge aus diesen Immobilien betragen 23 Mio. €; davon betreffen 10 Mio. € Finanzierungs-Leasingverhältnisse (2014/15: 34 Mio. €, davon Finanzierungs-Leasingverhältnisse 11 Mio. €). Im Zusammenhang mit diesen Mieterträgen stehen Aufwendungen in Höhe von 17 Mio. €; davon betreffen 8 Mio. € Finanzierungs-Leasingverhältnisse (2014/15: 20 Mio. €, davon Finanzierungs-Leasingverhältnisse 7 Mio. €). Für Objekte ohne Mieteinnahmen sind Aufwendungen in Höhe von 0 Mio. € (2014/15: 1 Mio. €) entstanden; wie im Vorjahr waren hiervon Finanzierungs-Leasingverhältnisse nicht betroffen.

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen liegen in Höhe von 5 Mio. € (30.9.2015: 19 Mio. €) vor. Für die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien wurden wie im Vorjahr keine Erwerbsverpflichtungen eingegangen.

23. Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

Mio. €	Ausleihungen	Beteiligungen	Wertpapiere	Finanzanlagen gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand 1.10.2014	51	19	2	72
Währungsumrechnung	-1	0	0	-1
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	4	32	0	37
Abgänge	-4	-9	0	-13
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Umbuchungen	-5	42	0	37
Stand 30.9./1.10.2015	46	84	2	133
Währungsumrechnung	1	0	0	1
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	15	16	0	31
Abgänge	-3	-74	0	-77
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	24	24
Stand 30.9.2016	58	27	26	112
Abschreibungen				
Stand 1.10.2014	0	1	0	1
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	1	0	1
Abgänge	0	0	0	0
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	14	0	14
Stand 30.9./1.10.2015	0	16	0	16
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	3	3	0	6
Abgänge	0	-14	0	-14
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 30.9.2016	4	5	0	8
Buchwert 1.10.2014	51	18	2	71
Buchwert 30.9.2015	46	69	2	117
Buchwert 30.9.2016	55	23	26	104

Die Abgänge von Beteiligungen in Höhe von 74 Mio. € betreffen Minderheitsbeteiligungen an Grundstücksgesellschaften, die der Galeria-Kaufhof-Gruppe zuzuordnen sind.

Mio. €	Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen
Anschaftungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2014	95
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	86
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Umbuchungen	10
Stand 30.9./1.10.2015	191
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	13
Abgänge	-15
Umgliederungen in IFRS 5	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2016	190
Abschreibungen	
Stand 1.10.2014	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	8
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2015	7
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Zuschreibungen	-5
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2016	2
Buchwert 1.10.2014	95
Buchwert 30.9.2015	184
Buchwert 30.9.2016	188

Angaben zu den wesentlichen nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Außer Habib METRO Pakistan (Bilanzstichtag 30.6.) haben alle anderen genannten Gesellschaften den 31.12. als Bilanzstichtag. Die Gesellschaften werden mit ihren letzten verfügbaren Abschlüssen in den Konzernabschluss der METRO AG einbezogen.

In den Abgängen enthalten ist der Verkauf der Anteile an der EZW Kauf- und Freizeitpark GmbH & Co. KG, aus dem ein Ertrag von 87 Mio. € entstanden ist.

	Habib METRO Pakistan		OPCI FWP		OPCI FWS		Mayfair-Gruppe ¹		Übrige		Gesamt	
Mio. €	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16	2014/15	2015/16
Höhe des Anteils (in %)	40	40	4,99	4,99	24,99	24,99	40	40	–	–	–	–
Börsenwert	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Buchwert	47	47	9	9	39	41	83	80	6	11	184	188
Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung												
Umsatzerlöse	12	12	23	24	22	23	0	16	21	29	78	104
Nachsteuerergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	6	6	16	14	15	15	12	9	0	5	49	49
Nachsteuerergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	6	6	16	14	15	15	12	9	0	5	49	49
Dividendenzahlungen an den Konzern	1	0	0	0	4	0	0	0	1	0	6	0
Angaben zur Bilanz												
langfristige Vermögenswerte	61	61	261	271	251	261	189	201	155	84	917	878
kurzfristige Vermögenswerte	14	15	2	1	6	4	4	5	34	17	60	42
langfristige Schulden	3	3	102	100	101	100	0	0	162	84	368	287
kurzfristige Schulden	1	1	1	0	1	0	0	5	21	14	24	20

¹ Die Mayfair-Gruppe besteht aus zehn Immobiliengesellschaften

Durch eine personelle Vertretung der METRO GROUP im Aufsichtsrat der OPC I FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP ist ein maßgeblicher Einfluss gesichert und eine Bilanzierung nach der Equity-Methode trotz einer Beteiligung von 4,99 Prozent gegeben.

Bei den nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen im Konzern handelt es sich im Wesentlichen um Vermietungsgesellschaften, deren Gegenstand vor allem der Erwerb sowie die Vermietung und Verwaltung von Vermögenswerten ist.

24. Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte

Mio. €	30.9.2015			30.9.2016		
	Gesamt	Restlaufzeit		Gesamt	Restlaufzeit	
		bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Forderungen an Lieferanten	1.674	1.653	22	1.774	1.745	29
Übrige finanzielle Vermögenswerte	1.280	1.230	51	516	460	56
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	2.954	2.882	72	2.290	2.205	85
Sonstige Steuererstattungsansprüche	358	358	0	365	365	0
Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten	351	136	216	339	139	199
Übrige andere Vermögenswerte	63	59	5	29	25	4
Sonstige andere Vermögenswerte	773	553	220	733	529	203
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	3.727	3.435	292	3.023	2.734	289

Die Forderungen an Lieferanten beinhalten sowohl in Rechnung gestellte als auch Abgrenzungen für nachlaufende Vergütungen von Lieferanten (zum Beispiel Boni und Werbekostenzuschüsse) sowie debitorische Kreditoren.

Die übrigen finanziellen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Forderungen aus Kreditkartengeschäften in Höhe von 104 Mio. € (30.9.2015: 101 Mio. €), den Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften in Höhe von 100 Mio. € (30.9.2015: 479 Mio. €) und Finanzierungsprovisionen in Höhe von 25 Mio. € (30.9.2015: 25 Mio. €), den Forderungen und sonstigen Vermögenswerten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 24 Mio. € (30.9.2015: 43 Mio. €), den Forderungen aus Schadensfällen in Höhe von 8 Mio. € (30.9.2015: 28 Mio. €) sowie den Forderungen gegen die METRO Unterstützungskasse e. V. in Höhe von 6 Mio. € (30.9.2015: 221 Mio. €).

Die sonstigen Steuererstattungsansprüche beinhalten die noch nicht verrechenbare Vorsteuer in Höhe von 182 Mio. € (30.9.2015: 190 Mio. €), Umsatzsteuererstattungsansprüche in Höhe von 166 Mio. € (30.9.2015: 153 Mio. €) und andere Steuer-

erstattungsansprüche in Höhe von 17 Mio. € (30.9.2015: 15 Mio. €).

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinsvorauszahlungen sowie übrige Abgrenzungen.

Die übrigen anderen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Zinsforderungen im Zusammenhang mit Steuerforderungen und aus geleisteten Anzahlungen auf Vorräte.

25. Latente Steueransprüche / Latente Steuerschulden

Die aktiven latenten Steueransprüche auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen betragen vor Saldierung 1.434 Mio. € (30.9.2015: 1.466 Mio. €) und sind im Vergleich zum 30. September 2015 um 32 Mio. € niedriger. Bei den passiven latenten Steuern erhöhte sich der Bilanzwert gegenüber dem Vorjahr um 37 Mio. € auf 921 Mio. € (30.9.2015: 884 Mio. €).

Die latenten Steuern betreffen folgende Bilanzposten:

Mio. €	30.9.2015		30.9.2016	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Geschäfts- oder Firmenwerte	110	161	82	174
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	73	83	68	80
Sachanlagen und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	138	468	134	492
Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	4	3	4	13
Vorräte	62	10	68	11
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	57	56	49	57
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	0	2	0	0
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	281	53	323	52
Sonstige Rückstellungen	101	11	87	3
Finanzschulden	351	1	370	11
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	139	32	136	25
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	0	0	0	0
Outside Basis Differences	0	4	0	4
Wertberichtigungen auf temporäre Differenzen	-89	0	-82	0
Verlustvorträge	240	0	194	0
	1.466	884	1.434	921
Saldierung	-742	-742	-771	-771
Bilanzwert der latenten Steuern	724	142	663	150

Von den ausgewiesenen latenten Steueransprüchen entfallen 377 Mio. € (30.9.2015: 390 Mio. €) auf inländische Organkreise. Auf Basis der Unternehmensplanung ist die Realisierung dieses Steueranspruchs als hinreichend wahrscheinlich anzusehen.

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 re-investiert 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 30. September 2016

wurden für geplante Dividendenzahlungen 4 Mio. € (30.9.2015: 4 Mio. €) passive latente Steuern aus Outside Basis Differences berücksichtigt. Aufgrund der Gliederungstiefe der METRO GROUP wäre die Ermittlung der zu versteuernden temporären Differenzen mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden.

Für folgende Verlust- und Zinsvorträge sowie temporäre Differenzen wurden keine latenten Steueransprüche bilanziert, da mit einer kurz- bis mittelfristigen Realisierung der Ansprüche nicht zu rechnen ist:

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Körperschaftsteuerliche Verluste	8.027	8.326
Gewerbesteuerliche Verluste	7.865	7.302
Zinsvorträge	15	71
Temporäre Differenzen	364	377

Die Verluste betreffen im Wesentlichen Deutschland. Sie sind unbegrenzt vortragsfähig.

Steuerliche Auswirkungen auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses

Mio. €	2014/15			2015/16		
	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-183	-3	-186	49	-1	48
davon Währungsumrechnungsdifferenzen aus Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	(-9)	(-3)	(-12)	(-12)	(-1)	(-13)
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-12	2	-10	2	0	2
Gewinne/Verluste aus der Neubewertung von Finanzinstrumenten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	0	0	0	0	0	0
Latente Steuern auf die Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	90	-31	59	-207	59	-148
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0	0
Restliche Ertragsteuer auf das Sonstige Ergebnis	0	1	1	-2	5	3
	-105	-31	-136	-158	63	-95

Aufgrund nicht steuerwirksamer Sachverhalte sowie des Nichtansatzes beziehungsweise aufgrund der Wertberichtigung von latenten Steuern entspricht die ausgewiesene Steuer nicht bei jeder Position der erwarteten Steuer.

26. Vorräte

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Handelswaren Lebensmittel	1.922	1.973
Handelswaren Nichtlebensmittel	3.516	3.482
	5.439	5.456

Die Vorräte verteilen sich auf die Segmente wie folgt:

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
METRO Cash & Carry	2.309	2.262
Media-Saturn	2.322	2.393
Real	807	789
Sonstige	1	12
	5.439	5.456

Die Vorräte stiegen von 5.439 Mio. € um 17 Mio. € auf 5.456 Mio. €. Der wechselkursbereinigte Anstieg betrug 7 Mio. €.

Dieser ist unter anderem im Segment Media-Saturn mit 25 Mio. € auf die Umsetzung der Multichannel-Strategie und mit 17 Mio. € auf den Erwerb von RTS in Deutschland sowie auf eine höhere Bevorratung in der Türkei mit 27 Mio. € und in Italien mit 20 Mio. € zurückzuführen. Darüber hinaus wirkten sich im Segment METRO Cash & Carry die gestiegene Nachfrage und zahlreiche Neueröffnungen in Russland mit 23 Mio. € sowie die Einbeziehung der Rungis-Gruppe mit 5 Mio. € vorraterhöhend aus.

Wesentliche gegenläufige Effekte entstanden bei METRO Cash & Carry in Deutschland mit 69 Mio. € und in den Niederlanden mit 13 Mio. € sowie bei Real mit 18 Mio. € und bei Media-Saturn in Schweden mit 11 Mio. €.

Positive Währungseffekte aus dem russischen Rubel (17 Mio. €) und dem kasachischen Tenge (8 Mio. €) wurden durch die negative Entwicklung des chinesischen Renminbi (-10 Mio. €) und der ukrainischen Hrywnja (-6 Mio. €) abgeschwächt.

Im Vorratsvermögen sind Wertberichtigungen in Höhe von 207 Mio. € (30.9.2015: 202 Mio. €) enthalten.

27. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen von 702 Mio. € auf 808 Mio. €. Darin enthalten sind Forderungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr in Höhe von 20 Mio. € (30.9.2015: 16 Mio. €).

Der Anstieg von 106 Mio. € wurde im Wesentlichen durch die Segmente METRO Cash & Carry mit 70 Mio. € und Media-Saturn mit 49 Mio. € verursacht.

Im Segment METRO Cash & Carry trugen zu diesem Anstieg besonders die Expansion und das gut verlaufene Herbstgeschäft in China mit 12 Mio. €, die erstmalige Einbeziehung des operativen Geschäfts der MIDBAN ESOLUTIONS S.L. in Spanien mit 10 Mio. € sowie in Deutschland der Erwerb der Rungis-Gruppe mit 10 Mio. € und die Einführung des Online-lastschriftverfahrens bei METRO Cash & Carry Deutschland mit 10 Mio. € bei.

Der Anstieg im Segment Media-Saturn war mit 22 Mio. € durch die Akquisition der RTS geprägt. Darüber hinaus wurde der Effekt durch die Zunahme von Provisionsforderungen in Deutschland mit 14 Mio. € unterstützt.

28. Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente

Die Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, lauten wie folgt:

Mio. €	Kategorie „Kredite und Forderungen“	davon „Ausleihungen und gewährte Darlehen“	davon „sonstige kurzfristige Forderungen“
Stand 1.10.2014	135	2	133
Währungsumrechnung	-3	0	-3
Zugänge	66	0	66
Auflösung	-45	0	-45
Inanspruchnahme	-27	0	-27
Umbuchungen	1	0	1
Stand 30.9./1.10.2015	126	2	125
Währungsumrechnung	-1	0	-1
Zugänge	69	6	62
Auflösung	-37	0	-37
Inanspruchnahme	-26	-2	-24
Umbuchungen	0	0	0
Stand 30.9.2016	131	7	126

Für die Kategorie Kredite und Forderungen – hierzu zählen insbesondere Ausleihungen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen und sonstige Vermögenswerte aus dem Immobilienbereich – liegen negative Ergebniseinflüsse aus Wertberichtigungen in Höhe von 30 Mio. € (2014/15: 19 Mio. €) vor. Hierin enthalten sind auch Erträge aus dem Erhalt von Zahlungsmitteln aus bereits wegen erwarteter Uneinbringlichkeit ausgebuchten Forderungen in Höhe von 2 Mio. € (2014/15: 2 Mio. €).

Für die Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“ sowie für Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertan-

satz gemäß IAS 17) liegen wie im Vorjahr keine Ergebniseinflüsse vor.

Wertminderungen auf aktivierte Finanzinstrumente werden grundsätzlich mit einem Wertberichtigungskonto vorgenommen und reduzieren den Buchwert der finanziellen Vermögenswerte.

**29. Fälligkeiten und Wertberichtigungen
aktivierter Finanzinstrumente**

Die aktivierten Finanzinstrumente weisen zum Bilanzstichtag folgende Fälligkeiten und Wertberichtigungen auf:

Mio. €	Gesamter Buchwert 30.9.2015	davon überfällig, nicht einzelwertberichtigt					seit mehr als 360 Tagen fällig
		davon nicht überfällig, nicht einzelwert- berichtigt	innerhalb der letzten 90 Tage fällig	seit 91 bis 180 Tagen fällig	seit 181 bis 270 Tagen fällig	seit 271 bis 360 Tagen fällig	
Aktiva							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	3.209	2.747	129	10	9	1	2
davon „Ausleihungen und gewährte Darlehen“	55	55	0	0	0	0	0
davon „Sonstige kurzfristige Forderungen“	3.154	2.692	129	10	9	1	2
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	30	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	486	1	0	0	0	0	0
	3.725	2.748	129	10	9	1	2

Mio. €	Gesamter Buchwert 30.9.2016	davon überfällig, nicht einzelwertberichtigt					seit mehr als 360 Tagen fällig
		davon nicht überfällig, nicht einzelwert- berichtigt	innerhalb der letzten 90 Tage fällig	seit 91 bis 180 Tagen fällig	seit 181 bis 270 Tagen fällig	seit 271 bis 360 Tagen fällig	
Aktiva							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	3.140	2.625	144	12	3	1	2
davon „Ausleihungen und gewährte Darlehen“	58	58	0	0	0	0	0
davon „Sonstige kurzfristige Forderungen“	3.082	2.567	144	12	3	1	2
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	4	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	24	1	0	0	0	0	0
	3.168	2.626	144	12	3	1	2

Die innerhalb der letzten 90 Tage fälligen Kredite und Forderungen resultieren im Wesentlichen aus dem geschäftsüblichen Zahlungsverkehr mit sofortigen beziehungsweise kurzen Zahlungszielen. Bei den nicht einzelwertberichtigten Krediten und Forderungen, die seit mehr als 90 Tagen überfällig sind,

deuten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden. Für die nicht überfälligen und nicht einzelwertberichtigten aktivierten Finanzinstrumente liegen keine Anhalts-

punkte aus der Kreditwürdigkeit des Schuldners (Kreditqualität) vor, die zu einer Wertberichtigung führen würden.

30. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Schecks und Kassenbestand	111	121
Guthaben bei Kreditinstituten und andere kurzfristig liquide finanzielle Vermögenswerte	4.304	2.247
	4.415	2.368

Der Rückgang der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente resultiert im Wesentlichen aus der Verwendung der im Vorjahr erhaltenen Kaufpreiszahlung für die Galeria-Kaufhof-Gruppe zur Tilgung von Finanzschulden.

Im Einzelnen wird auf die Kapitalflussrechnung sowie auf Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung verwiesen.

31. Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte / Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten

Zum 30. September 2016 sind keine Beträge als „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ oder als „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ ausgewiesen, da alle Sachverhalte des Vorjahres abgeschlossen wurden und bis zum 30. September 2016 keine neuen Sachverhalte als höchstwahrscheinlich im Sinne des IFRS 5 beurteilt wurden. Im Folgenden wird die Entwicklung der Position im Hinblick auf die im Vorjahr enthaltenen Sachverhalte erläutert.

Verkauf des Großhandelsgeschäfts in Vietnam

Bereits im Geschäftsjahr 2013/14 hatte der Vorstand der METRO AG beschlossen, das vietnamesische Großhandelsgeschäft von METRO Cash & Carry zu verkaufen, und zu diesem Zweck eine Vereinbarung mit der thailändischen Handelsgesellschaft Berli Jucker Public Company Limited (BJC) unterzeichnet. Nach Ablehnung der Transaktion durch die Hauptversammlung von BJC trat deren Mehrheitsgesellschafterin TCC Holding Co., Ltd. mit Verträgen vom 18. Februar 2015 und 22. Juli 2015 zu wirtschaftlich unveränderten Konditionen in die Transaktion ein. Im Dezember 2015 schließlich konnte die Transaktion erfolgreich abgeschlossen werden, sodass das vietnamesische Großhandelsgeschäft einschließlich des zugehörigen Immobilienportfolios im Quartalsabschluss zum 31. Dezember 2015 entkonsolidiert wurde. Seit dem 30. September 2015 erhöhten sich bis zur Entkonsolidierung

der Gesellschaft die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ von 233 Mio. € um 139 Mio. € auf 372 Mio. €. Die „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ erhöhten sich vor diesem Hintergrund von 194 Mio. € um 186 Mio. € auf 380 Mio. €. Der Anstieg im Bereich der Zahlungsmittel sowie der Finanzschulden resultiert im Wesentlichen aus einer vorbereitenden Transaktion des Erwerbers zur Ablösung der externen Finanzierung. Die übrigen Veränderungen entstanden im Rahmen der Fortführung des operativen Geschäfts. Die Zusammensetzung der anlässlich der Entkonsolidierung abgegangenen Vermögenswerte und Schulden können der folgenden Übersicht entnommen werden:

Mio. €	
Vermögenswerte	
Sachanlagen	131
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (langfristig)	54
Vorräte	46
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	23
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	114
	372
Schulden	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	60
Rückstellungen (kurzfristig)	6
Finanzschulden (kurzfristig)	225
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	88
	380

Das im Zuge der Entkonsolidierung entstandene EBIT-wirksame Ergebnis beträgt 446 Mio. €. Es wird mit 451 Mio. € in den Sonstigen betrieblichen Erträgen und mit 5 Mio. € in den allgemeinen Verwaltungskosten ausgewiesen. Es entfällt vollständig auf das Segment METRO Cash & Carry. Weitere Aufwendungen in Höhe von 29 Mio. € wirken sich im Finanzergebnis aus. Hiervon entfallen 27 Mio. € auf die bis zur Veräußerung erfolgsneutral innerhalb des Eigenkapitals bilanzierten Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der vietnamesischen Abschlussdaten in Euro. Im Bereich der Einkommen- und Ertragsteuern fielen darüber hinaus Aufwendungen von 79 Mio. € an. Im Zusammenhang mit der Bewertung der Veräußerungsgruppe zum Fair Value abzüglich Veräußerungskosten sind keine Aufwendungen angefallen. Auf das Sonstige Ergebnis hatte die Transaktion keinen Einfluss.

Immobilien

Der Wert der zur Veräußerung vorgesehenen Einzelimmobilien veränderte sich im Verlauf des Geschäftsjahres 2015/16 von 17 Mio. € auf 0 Mio. €. Zum einen erhöhten Umgliederungen aus den langfristigen Vermögenswerten die Position um 14 Mio. €. Zum anderen wurden die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ durch die Veräußerung von Immobilien im Wert von 30 Mio. € vermindert. Darüber hinaus reduzierte die Rückgliederung von Immobilien in den Bereich der langfristigen Vermögenswerte in Höhe von 1 Mio. € die Position auf 0 Mio. €.

32. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital hat sich hinsichtlich Höhe und Zusammensetzung nach Stamm- und Vorzugsaktien gegenüber dem Stand am 30. September 2015 nicht verändert und beträgt 835.419.052,27 €. Es ist wie folgt eingeteilt:

Inhaberstückaktien, anteiliger Wert je Aktie am Grundkapital rund 2,56 €		30.9.2015	30.9.2016
Stammaktien	Stück	324.109.563	324.109.563
	rund €	828.572.941	828.572.941
Vorzugsaktien	Stück	2.677.966	2.677.966
	rund €	6.846.111	6.846.111
Aktien gesamt	Stück	326.787.529	326.787.529
Grundkapital gesamt	rund €	835.419.052	835.419.052

Jede Stammaktie gewährt eine Stimme. Stammaktien 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 20. Februar 2015 hat eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals um bis zu 127.825.000 €, eingeteilt in bis zu 50.000.000 auf den Inhaber lautende Stammaktien, beschlossen (bedingtes Kapital I). Diese bedingte Kapitalerhöhung steht im Zusammenhang mit der Schaffung einer Ermächtigung des Vorstands, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 19. Februar 2020 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber lautende Options- oder Wandelschuldverschreibungen (zusammen „Schuldverschreibungen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.500.000.000 € auszugeben und den Inhabern von Optionsschuldverschreibungen Optionsrechte oder -pflichten und den Inhabern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte oder -pflichten für auf den Inhaber lautende Stammaktien der Gesellschaft METRO AG mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 127.825.000 € nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Schuldverschreibungen zu gewähren oder aufzuerlegen oder das Recht der Gesellschaft vorzusehen, statt einer Rückzahlung der Schuldverschreibungen in bar ganz oder teilweise Stammaktien der Gesellschaft zu liefern. Der Vorstand kann mit Zustimmung

des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in bestimmten festgelegten Fällen ausschließen. Es wurden bisher keine Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen aufgrund der vorgenannten Ermächtigung begeben.

Erwerb eigener Aktien

Die Hauptversammlung vom 20. Februar 2015 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 19. Februar 2020 eigene Aktien, gleich welcher Gattung, bis zu insgesamt 10 vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben, das zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung bestand oder – falls dieser Wert geringer ist – das zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung besteht. Von dieser Ermächtigung hat bisher weder die Gesellschaft noch ein abhängiges oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehendes Unternehmen oder ein anderer für Rechnung der Gesellschaft oder eines abhängigen oder eines in Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Unternehmens Gebrauch gemacht.

—— Weitere Angaben zum genehmigten Kapital, zum bedingten Kapital beziehungsweise zur Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen sowie zum Erwerb eigener Aktien finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt 2.551 Mio. € (30.9.2015: 2.551 Mio. €).

Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Effektiver Teil der Gewinne/ Verluste aus Cashflow Hedges	70	72
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	0	0
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-626	-576
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-646	-851
Auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses entfallende Ertragsteuer	131	193
Übrige Gewinnrücklagen	2.864	3.096
	1.793	1.934

Die Veränderungen der in obiger Darstellung enthaltenen Finanzinstrumente und der darauf entfallenden latenten Steuerauswirkung setzen sich aus folgenden Komponenten zusammen:

Mio. €	2014/15	2015/16
Erst- bzw. Folgebewertung derivativer Finanzinstrumente	-38	-2
Ausbuchung von Cashflow Hedges	26	4
davon im Vorratsvermögen	(23)	(4)
davon im Finanzergebnis	(3)	(0)
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-12	2
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	0	0
	-12	2
Darauf saldierte latente Steuerauswirkung	2	2
	-10	4

Daneben haben Währungsumrechnungsdifferenzen mit 50 Mio. € das Eigenkapital gestärkt (2014/15: -185 Mio. €). Sie setzen sich wie folgt zusammen:

Der ergebnisneutrale Effekt aus der Umrechnung der lokalen Bilanzen in die Konzernwährung verursacht im Eigenkapital eine Erhöhung von 74 Mio. €. Gegenläufig wirkt die erfolgswirksame Ausbuchung der kumulierten Währungsdifferenzen von Gesellschaften, die innerhalb des Geschäftsjahres 2015/16 entkonsolidiert wurden beziehungsweise die Geschäftstätigkeit einstellten, in Höhe von 24 Mio. €.

Aus der Neubewertung von leistungsorientierten Plänen resultieren ergebnisneutrale, das Eigenkapital mindernde Effekte vor latenten Steuern in Höhe von 205 Mio. €. Die hierauf entfallenden latenten Steuern betragen 59 Mio. €.

Die übrigen Gewinnrücklagen erhöhen sich von 2.864 Mio. € um 232 Mio. € auf 3.096 Mio. €. Im Wesentlichen wird dieser Anstieg durch das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis von 599 Mio. € beeinflusst. Gegenläufig wirken sich die Dividendenzahlungen von 351 Mio. € aus.

Anteile nicht beherrschender Gesellschafter

Die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter umfassen die Anteile Dritter am Eigenkapital der konsolidierten Tochterunternehmen. Sie betragen zum Geschäftsjahresende 12 Mio. € (30.9.2015: -7 Mio. €). Der Anstieg wird im Wesentlichen verursacht durch den Anteil am Gesamtergebnis, der den nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnen ist (54 Mio. €). Gegenläufig wirkt die gezahlte Dividende in Höhe von 38 Mio. €. Nennenswerte Anteile nicht beherrschender Gesellschafter bestehen bei der Media-Saturn-Gruppe.

Verwendung des Bilanzgewinns, Dividenden

Die Dividendenausschüttung der METRO AG richtet sich nach dem handelsrechtlichen Jahresabschluss der METRO AG.

Aus dem für das Geschäftsjahr 2014/15 ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von 384 Mio. € wurden im Geschäftsjahr 2015/16 gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 19. Februar 2016 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 2015/16 schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 341 Mio. € eine Dividendenausschüttung in Höhe von 1,00 € je Stammaktie und 1,06 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 327 Mio. €, zu beschließen und den Restbetrag als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorzutragen.

33. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Rückstellungen für Pensionen (Direktzusagen)	699	781
Rückstellungen für mittelbare Zusagen	392	441
Rückstellungen für betriebliche Höherversorgung	1	1
Rückstellungen für betriebliche Altersversorgung	111	117
Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen	66	73
	1.270	1.414

Die Rückstellungen für Pensionen werden nach den Regelungen des IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) bilanziert.

Die Rückstellungen für Pensionen beinhalten Verpflichtungen, bei denen es sich größtenteils um Leistungen aus Regelungen der betrieblichen Altersversorgung handelt. Es bestehen leistungsorientierte Ansprüche aus unmittelbaren Zusagen (Direktzusagen) und gegenüber externen Versorgungsträgern (Unterstützungskassen in Deutschland und Pensionsfonds oder Versicherungen im Ausland). Das Vermögen der externen Träger dient ausschließlich der Finanzierung der Pensionsansprüche und ist als Planvermögen qualifiziert. Die Versorgungsleistungen sind gemäß den jeweiligen Leistungsplänen einkommens- und dienstzeitbezogen; die dienstzeitbezogenen Versorgungsleistungen werden auf der Grundlage von Festbeträgen gewährt.

Im Folgenden werden die wichtigsten leistungsorientierten Altersversorgungspläne beschrieben.

Deutschland

Die METRO GROUP gewährt einer Vielzahl von Mitarbeitern in Deutschland eine Zusage auf Alters-, Invaliden- und Hinterbliebenenleistungen. Neuzusagen werden in Form von leistungsorientierten Zusagen im Sinne des IAS 19 (beitragsorientierte Leistungszusagen im Sinne des Betriebsrentengesetzes) gewährt, die eine Entgeltumwandlungs- und eine Arbeitgeber-Matching-Komponente enthalten. Die Beiträge werden an eine Rückdeckungsversicherung gezahlt, aus der im Versorgungsfall die fälligen Leistungen gewährt werden. Für die nicht durch die Rückdeckungsversicherung gedeckten Ansprüche wird eine Rückstellung gebildet.

Darüber hinaus bestehen verschiedene für den Neuzugang geschlossene Versorgungswerke, die in der Regel lebenslange Renten ab Rentenbeginn oder ab anerkannter Invalidität vorsehen. Die Leistungen sind größtenteils als Festbetrag oder über einen jährlichen Steigerungsbetrag definiert. In Sonderfällen berechnet sich die Leistung unter Anrechnung der gesetzlichen Renten. Diese Zusagen sehen Witwenleistungen in unterschiedlicher Höhe in Abhängigkeit von der Leistung vor, die der ehemalige Mitarbeiter erhalten hat oder im Falle der Invalidität erhalten hätte. Die Altzusagen werden teilweise durch in Unterstützungskassen gehaltenes Vermögen gedeckt, die nicht durch Vermögen gedeckten Teile durch Rückstellungen. Die Gremien (Vorstand und Mitgliederversammlung) der Unterstützungskassen setzen sich sowohl aus Arbeitgeber- als auch aus Arbeitnehmervertretern zusammen. Der Vorstand hat über die Mittelverwendung und die Kapitalanlage zu entscheiden. Er kann Dritte mit der Verwaltung des Kassenvermögens beauftragen. Gesetzliche Mindestdotierungsverpflichtungen existieren nicht. Sofern zugesagte Leistungen nicht aus dem Vermögen der Unterstützungskasse erbracht werden können, hat der Arbeitgeber die Leistungen direkt zu erbringen.

Niederlande

In den Niederlanden gibt es einen leistungsorientierten Pensionsplan, der zusätzlich zu Altersleistungen auch Leistungen bei Invalidität und Tod vorsieht. Die Höhe der Leistungen bemisst sich am jeweiligen ruhegeldfähigen Einkommen pro Dienstjahr. Die Finanzierung erfolgt über einen Pensionsfonds, in dessen Gremien (Vorstand sowie Administration, Finance und Investment Committee) Arbeitgeber und Arbeitnehmer vertreten sind. Der Vorstand des Fonds ist für die Vermögensanlage verantwortlich. Zu diesem Zweck besteht

das Investment Committee innerhalb des Pensionsfonds. Im Rahmen gesetzlich vorgegebener Mindestfinanzierungsvorschriften hat der Vorstand des Pensionsfonds sicherzustellen, dass die Verpflichtungen zu jeder Zeit mit Vermögen gedeckt sind. Im Falle einer bestehenden Unterdeckung können vom Vorstand des Pensionsfonds verschiedene Maßnahmen ergriffen werden, um die Unterdeckung auszugleichen. Dies schließt die Forderung zusätzlicher Beiträge durch den Arbeitgeber oder auch Kürzungen von Leistungen an Arbeitnehmer ein.

Zudem existiert in den Niederlanden ein weiterer leistungsorientierter Plan, der als beitragsorientierter Plan (Multi-Employer-Plan) bilanziert wird.

Vereinigtes Königreich

Im Juli 2012 hat die METRO GROUP das Großhandelsgeschäft im Vereinigten Königreich an die Booker Group PLC veräußert. Die Pensionsverpflichtungen waren nicht Gegenstand des Verkaufs. Seit dem Zeitpunkt der Veräußerung bestehen nur noch unverfallbare Anwartschaften und laufende Renten aus der bei der METRO GROUP verbrachten Dienstzeit. Die erreichten Anwartschaften sind gemäß gesetzlicher Vorschriften um Inflationseffekte anzupassen. Die Verpflichtungen werden durch Vermögen gedeckt, welches von einem Corporate Trustee verwaltet und angelegt wird. Ein Großteil der Verpflichtungen wurde im Rahmen eines sogenannten Buy-in ausfinanziert. Der Vorstand dieses Corporate Trustee setzt sich aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern zusammen. In jedem Fall ist durch den Trustee die zukünftige, jederzeitige Erfüllbarkeit der Leistungen sicherzustellen. Dies ist durch gesetzliche Mindestfinanzierungsverpflichtungen geregelt. Im Fall einer Unterdeckung kann der Trustee zusätzliche Beiträge des Arbeitgebers zur Schließung der Finanzierungslücke einfordern.

Schweiz

In der Schweiz wird durch das Bundesgesetz über die berufliche Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenvorsorge (BVG) der Arbeitgeber gesetzlich verpflichtet, Mitarbeiter in einem Vorsorgeplan zu versichern. Die gesetzlichen Mindestleistungen sehen einen beitragsorientierten Vorsorgeplan mit einer Garantieverzinsung vor. Zudem sind im BVG Mindestbeiträge geregelt. Die Beiträge als Prozentsatz des versicherten Gehalts werden in eine Pensionskasse eingezahlt und anhand von Umwandlungssätzen in eine Leistung bei Pensionierung umgewandelt. Die Vorsorgepläne sind offen für Neueintritte. Die Rechtsform der Pensionskasse ist eine Stiftung.

Die Pensionspläne in der Schweiz werden als Defined-Benefit-Pläne bilanziert. Die METRO GROUP gewährt Mitarbeitern in der Schweiz über den gesetzlichen Mindestanspruch hinaus zusätzliche Pensionszusagen.

Belgien

Es gibt sowohl Altersrenten- als auch Kapitalzusagen, deren Höhe sich nach der pensionsfähigen Dienstzeit und dem pensionsfähigen Entgelt bemisst. Darüber hinaus werden Teilen der Belegschaft Überbrückungsgelder gewährt. Die Finanzierung der Leistungen erfolgt grundsätzlich über Gruppenversicherungsverträge, die belgischem Aufsichtsrecht unterliegen.

Weitere Altersvorsorgepläne werden als Summe unter „Übrige Länder“ ausgewiesen.

Einen Überblick über die prozentuale Aufteilung des Anwartschaftsbarwerts der METRO GROUP Länder mit wesentlichen Verpflichtungen bietet die nachfolgende Tabelle:

%	30.9.2015	30.9.2016
Deutschland	60	56
Niederlande	18	21
Vereinigtes Königreich	10	10
Schweiz	4	5
Übrige Länder	8	8
	100	100

Das Planvermögen der METRO GROUP ist prozentual auf folgende Länder aufgeteilt:

%	30.9.2015	30.9.2016
Deutschland	28	22
Niederlande	43	48
Vereinigtes Königreich	19	20
Schweiz	8	8
Übrige Länder	2	2
	100	100

Die genannten Verpflichtungen werden versicherungsmathematisch nach den einschlägigen Prinzipien des IAS 19 bewertet. Grundlage der Bewertungen sind die rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes.

Die im Folgenden dargestellten durchschnittlichen Annahmen für die wesentlichen Parameter wurden den versicherungsmathematischen Bewertungen zugrunde gelegt:

%	30.9.2015					30.9.2015				
	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Schweiz	Übrige Länder	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Schweiz	Übrige Länder
Rechnungszins	2,20	2,70	3,90	1,00	2,50	1,20	1,70	2,40	0,15	1,55
Inflationsrate	1,50	1,00	2,50	0,00	2,00	1,50	0,90	2,00	0,00	1,90

Die METRO GROUP hat wie in den Vorjahren zur Bestimmung des Rechnungszinses auf allgemein anerkannte Verfahren zurückgegriffen. Mit diesen wird auf Basis der Rendite von Unternehmensanleihen hoher Bonität am Bilanzierungstichtag unter Berücksichtigung der Währung und der Laufzeit der zugrunde liegenden Verpflichtungen der jeweils anzuwendende Rechnungszins ermittelt. Der Rechnungszins für die Eurozone und das Vereinigte Königreich basiert auf den Ergebnissen einer vom Konzernaktuar einheitlich verwendeten Methode. Die Zinsfestsetzung basiert hierbei auf der Rendite hochwertiger Unternehmensanleihen sowie der Duration der Verpflichtungen. In Ländern, in denen kein liquider Markt an zur Zinsfestsetzung geeigneten Unternehmensanleihen besteht, wurden stattdessen Renditen von Staatsanleihen als Referenz bei der Festsetzung des Rechnungszinses verwandt.

Neben dem Rechnungszins stellt die Inflation einen weiteren wesentlichen versicherungsmathematischen Parameter dar. Die nominale Lohn- und Gehaltssteigerungsrate wurde dabei aus der erwarteten Inflation und einer realen Steigerungsrate ermittelt. Die Rentensteigerungsrate in Deutschland wird, soweit die Rentenanpassungen mit dem Anstieg der Lebenshaltungskosten zu ermitteln sind, direkt von der Inflation abgeleitet. Auch in den ausländischen Gesellschaften wird die Rentenanpassung in der Regel in Abhängigkeit von der Inflation festgesetzt.

Die Höhe der sonstigen nicht wesentlichen bei der Bewertung der Pensionsverpflichtungen verwendeten Parameter entspricht den langfristigen Erwartungen der METRO GROUP. Der

Einfluss von Veränderungen bei Fluktuations- und Sterblichkeitsannahmen wurde für die wesentlichen Pläne analysiert. Bei den deutschen Konzernunternehmen basieren die Berechnungen der Sterblichkeitsrate auf den Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Heubeck. Hierbei kamen modifizierte Richttafeln zur Anwendung. Für Versorgungsempfänger, die das Wahlrecht einer Kapitalzahlung zur Abgeltung ihrer Leistungsansprüche nicht in Anspruch genommen haben, wurden die Sterbewahrscheinlichkeiten der Richttafel 2005 G für die nächsten vier Jahre reduziert, wobei die Reduktion ausgehend von 80 Prozent linear auf 0 Prozent im fünften Jahr sinkt. Den versicherungsmathematischen Bewertungen im Ausland liegen länderspezifische Sterbetafeln zugrunde. Die resultierenden Effekte aus Fluktuations- und Sterblichkeitsannahmen wurden als nicht wesentlich eingeschätzt und nicht als gesonderte Komponente aufgeführt.

Nachstehend erfolgt eine Sensitivitätsanalyse für die wesentlichen Parameter der Bewertung im Hinblick auf den Anwartschaftsbarwert. Als wesentliche Einflussparameter auf den Anwartschaftsbarwert wurden der Rechnungszins und die Inflationsrate identifiziert. Im Rahmen der Sensitivitätsanalyse wurde nach den gleichen Methoden vorgegangen wie im Vorjahr. Es wurden diejenigen Parameteränderungen berücksichtigt, die in angemessener Weise für möglich gehalten werden. Stress-tests oder Worst-Case-Szenarien sind hingegen nicht Gegenstand der Sensitivitätsanalyse. Die Auswahl der jeweiligen Bandbreite von möglichen Parameteränderungen basiert auf mehrjährigen historischen Beobachtungen. Dieses Anknüpfen an nahezu abschließliche Vergangenheitswerte zur Ableitung möglicher künftiger Entwicklungen stellt eine Einschränkung der Methodik dar.

Im Folgenden werden die Auswirkungen eines Anstiegs/ Rückgangs des Rechnungszinses um 100 Basispunkte beziehungsweise der Inflationsrate um 25 Basispunkte auf den Anwartschaftsbarwert aufgezeigt:

		30.9.2015					30.9.2016				
Mio. €		Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Schweiz	Übrige Länder	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Schweiz	Übrige Länder
Rechnungszins	Anstieg um 100 Basispunkte	-135,30	-77,30	-36,70	-12,70	-14,50	-147,20	-104,30	-38,80	-15,80	-17,60
	Rückgang um 100 Basispunkte	164,20	105,90	48,10	16,80	17,00	184,20	145,60	50,40	21,20	20,40
Inflationsrate	Anstieg um 25 Basispunkte	31,50	12,50	6,40	2,30	0,10	33,60	16,80	4,20	3,00	0,10
	Rückgang um 25 Basispunkte	-30,40	-12,00	-5,70	-	-0,10	-32,20	-16,10	-4,10	-2,80	-0,10

Die Zusage von leistungsorientierten Pensionsansprüchen setzt die METRO GROUP verschiedenen Risiken aus. Zu diesen zählen die allgemeinen versicherungsmathematischen Risiken aus der Bewertung der Pensionsverpflichtung (zum Beispiel Zinssatzänderungsrisiko) sowie die Kapital- beziehungsweise Anlagerisiken des Planvermögens.

Im Hinblick auf die Finanzierung der zukünftigen Rentenzahlungen aus mittelbaren Zusagen sowie einen stabilen Bestand an Deckungskapital investiert die METRO GROUP das Planvermögen überwiegend in wenig risikobehaftete Anlageformen. Die Finanzierung der unmittelbaren Pensionszusagen ist über den operativen Cashflow der METRO GROUP gesichert.

Der Fair Value des Planvermögens verteilt sich prozentual wie folgt auf die einzelnen Vermögenswertkategorien:

	30.9.2015		30.9.2016	
	%	Mio. €	%	Mio. €
Festverzinsliche Wertpapiere	37	406	45	500
Aktien, Fonds	19	208	20	228
Immobilien	20	213	7	83
Sonstige Vermögenswerte	24	263	28	309
	100	1.090	100	1.120

Die festverzinslichen Wertpapiere, Aktien und Fonds werden regelmäßig an aktiven Märkten gehandelt. Marktpreise liegen

infolgedessen vor. Innerhalb der Vermögenskategorie „Festverzinsliche Wertpapiere“ wird nur in Unternehmensanleihen, Staatsanleihen und Pfandbriefe mit hoher Bonität (Investment-Grade) investiert. Innerhalb der Kategorie „Aktien und Fonds“ wird das Risiko durch geografische Diversifikation minimiert.

Nicht an einem aktiven Markt gehandelt wird das Immobilienvermögen. Dieses wird im Wesentlichen von der METRO GROUP selbst genutzt. Der Rückgang resultiert aus einer Veräußerung im Verlauf des Geschäftsjahres.

Der Bestand an sonstigen Vermögenswerten umfasst im Wesentlichen Forderungen gegenüber Versicherungsunternehmen in Deutschland, Belgien und dem Vereinigten Königreich. Es handelt sich dabei um erstklassige Versicherungsunternehmen.

Der tatsächliche Ertrag aus dem Planvermögen beträgt im Berichtsjahr 144 Mio. € (2014/15: 76 Mio. €).

Für das Geschäftsjahr 2016/17 werden Arbeitgeberzahlungen an externe Versorgungsträger in Höhe von rund 20 Mio. € und Arbeitnehmerbeiträge in Höhe von 11 Mio. € in das Planvermögen erwartet, wobei der Großteil dieser Beiträge auf Beitragszahlungen in den Niederlanden und Deutschland entfällt. Die erwarteten Beiträge aus den Entgeltumwandlungszusagen in Deutschland sind in den erwarteten Zahlungsbeträgen nicht enthalten.

Die Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts ergeben sich wie folgt:

Mio. €	2014/15	2015/16
Anwartschaftsbarwert		
Stand Periodenbeginn	2.708	2.235
Erfolgswirksam erfasst	104	62
Zinsaufwand	73	53
Laufender Dienstaufwand	36	27
Nachzuverrechnender Dienstaufwand (inkl. Plankürzungen und -änderungen)	-3	24
Ertrag aus Abgeltungen	-2	-42
Erfolgsneutral unter „Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen“ im Sonstigen Ergebnis erfasst	-104	354
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus Änderung		
der demografischen Annahmen [-/+]	-30	34
der finanziellen Annahmen [-/+]	-54	314
erfahrungsbedingter Berichtigung [-/+]	-20	6
Sonstige Effekte	-473	-221
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-143	-203
Beiträge der Teilnehmer des Plans	13	16
Veränderung Konsolidierungskreis / Transfers	-361	1
Währungseffekte	18	-35
Stand Periodenende	2.235	2.430

Die in Deutschland durchgeführte Abfindungsaktion bei laufenden Renten durch Kapitaloption führte zu einer Reduzierung des Anwartschaftsbarwerts von 120 Mio. €, daraus wurden 42 Mio. € als Gewinn in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Die Auszahlung betrug 78 Mio. €, die dazu gehörende Planvermögensminderung 43 Mio. €.

Veränderungen der versicherungsmathematischen Parameter führten insgesamt zu einer Erhöhung des Anwartschaftsbarwerts von 354 Mio. € (Vorjahr: Reduzierung um 104 Mio €).

Die gewichtete durchschnittliche Laufzeit der leistungsorientierten Verpflichtung für die Länder mit wesentlichen Pensionsverpflichtungen beträgt:

Jahre	30.9.2015	30.9.2016
Deutschland	11	12
Niederlande	22	24
Vereinigtes Königreich	19	19
Schweiz	15	16
Übrige Länder	9	9

Der Anwartschaftsbarwert der leistungsorientierten Pensionsverpflichtung verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Gruppen von Versorgungsberechtigten:

%	30.9.2015	30.9.2016
Aktive Anwärter	24	25
Ausgeschiedene Anwärter	22	26
Pensionäre	54	49

Die Entwicklung des beizulegenden Zeitwerts des Planvermögens stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	2014/15	2015/16
Veränderungen des Planvermögens		
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum Periodenbeginn	1.105	1.090
Erfolgswirksam erfasst	31	28
Zinsertrag	31	28
Erfolgsneutral unter „Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen“ im Sonstigen Ergebnis erfasst	45	116
Ertrag/Verlust aus Planvermögen ohne Zinsertrag (+/-)	45	116
Sonstige Effekte	-91	-114
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-77	-73
Zahlungen für Planabgeltungen	-9	-43
Arbeitgeberbeiträge	21	20
Beiträge der Teilnehmer des Plans	13	16
Veränderung Konsolidierungskreis / Transfers	-57	0
Währungseffekte	18	-34
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum Periodenende	1.090	1.120

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Finanzierungsstand		
Anwartschaftsbarwert	2.235	2.430
Fair Value des Planvermögens	-1.090	-1.120
Vermögenswertanpassung (Obergrenze für den Vermögenswert)	59	30
Nettoschuld/-vermögenswert	1.204	1.340
Davon als Rückstellung bilanziert	1.204	1.340
Davon als Nettovermögen bilanziert	0	0

Bei einer Gesellschaft in den Niederlanden übersteigt das Planvermögen zum Bilanzstichtag den Wert der Verpflichtung. Da das Unternehmen keinen wirtschaftlichen Nutzen

aus der Überdotierung ziehen kann, wurde der Bilanzbetrag unter Anwendung von IAS 19.64 (b) auf 0 € reduziert. Die Änderung des Effekts der Vermögensobergrenze in Höhe von rund 30 Mio. € (30.9.2015: 59 Mio. €) wurde im Sonstigen Ergebnis erfasst.

Die Pensionsaufwendungen aus unmittelbaren und mittelbaren Zusagen der betrieblichen Altersversorgung setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2014/15	2015/16
Laufender Dienstzeitaufwand ¹	36	27
Nettozinsaufwendungen	42	27
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand (inkl. Plankürzungen und -änderungen)	-3	24
Planabgeltungen	-2	-42
Sonstige Pensionsaufwendungen	0	1
Pensionsaufwendungen	73	37

¹ Darin verrechnet: von Mitarbeitern geleistete Beiträge

Zusätzlich zum Aufwand aus leistungsorientierten Pensionszusagen wurden für beitragsorientierte Versorgungszusagen Aufwendungen für Zahlungen an externe Versorgungsträger im Geschäftsjahr in Höhe von 273 Mio. € (2014/15: 271 Mio. €) berücksichtigt. Diese Werte beinhalten auch Zahlungen an die gesetzlichen Rentenversicherungsträger.

Media-Saturn Niederlande beteiligt sich an einem gemeinschaftlichen Versorgungsplan mehrerer Arbeitgeber (Multi-Employer-Plan), der als leistungsorientierter Versorgungsplan einzustufen ist. Er wird jedoch von einem Fonds verwaltet, der keine ausreichenden Informationen liefern kann, um eine Bilanzierung als leistungsorientierter Versorgungsplan zu ermöglichen. Daher wird er gemäß den Vorschriften des IAS 19.34 und IAS 19.148 wie ein beitragsorientierter Plan bilanziert. Es handelt sich um einen landestypischen Plan, der strikten Reglementierungen unterliegt. Im Fall

einer Unterdeckung wäre Media-Saturn Niederlande verpflichtet, diese Unterdeckung durch höhere Beiträge in der Zukunft auszugleichen. Die höheren Beiträge gelten dann für alle teilnehmenden Unternehmen. Media-Saturn kann für die Verpflichtungen von anderen Unternehmen nicht herangezogen werden. Rund 28.000 Unternehmen im Einzelhandel nehmen an diesem Plan teil, wobei Beiträge für insgesamt mehr als 245.000 Mitarbeiter von allen Unternehmen erhoben werden. Media-Saturn Niederlande leistet zurzeit für 5.860 Mitarbeiter Beiträge an den Plan. Die Kalkulation der Beiträge erfolgt für fünf Jahre (aktuell von 2012 bis 2016). Sie entsprechen einem festgelegten Prozentsatz vom Gehalt eines Mitarbeiters (derzeit 19,4 Prozent; 21,6 Prozent ab 2017), wobei Mitarbeiter für Gehälter über 12.577 € einen Teil der Beiträge übernehmen und für Gehälter über 52.763 € keine Beiträge mehr zu leisten sind. Im Geschäftsjahr 2016/17 werden Beiträge in Höhe von rund 8 Mio. € an den „Bedrijfspensioenfonds voor de Detailhandel“ erwartet. Im September 2016 lag der Deckungsgrad bei 104,9 Prozent (September 2015: 103,7 Prozent).

Die Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen beinhalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Jubiläums- und Sterbegeldern, Gehaltsfortzahlungen im Todesfall sowie Altersteilzeitvereinbarungen. Für diese Verpflichtungen wurden Rückstellungen in Höhe von 73 Mio. € (30.9.2015: 66 Mio. €) gebildet. Die Verpflichtungen werden auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten bewertet. Die hierfür herangezogenen Bewertungsparameter sind grundsätzlich identisch mit denen der betrieblichen Altersversorgung.

34. Sonstige Rückstellungen (langfristig) / Rückstellungen (kurzfristig)

Die sonstigen Rückstellungen (langfristig) / Rückstellungen (kurzfristig) haben sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Mio. €	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich	Verpflichtungen aus dem Warengeschäft	Restrukturierung	Steuern	Übrige	Gesamt
Stand 1.10.2015	298	97	143	103	478	1.120
Währungsumrechnung	2	0	0	0	-3	-1
Zuführung	141	124	204	24	211	704
Auflösung	-60	-3	-24	-22	-115	-224
Inanspruchnahme	-87	-118	-92	-49	-167	-513
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	-1	-1
Zinsanteil in der Zuführung/ Veränderung des Zinssatzes	4	0	-3	0	1	2
Umbuchung	-9	1	49	0	-38	2
Stand 30.9.2016	289	101	278	54	366	1.088
Langfristig	152	0	67	31	133	383
Kurzfristig	136	101	211	24	233	705
Stand 30.9.2016	289	101	278	54	366	1.088

Die Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich betreffen standortbezogene Risiken in Höhe von 124 Mio. € (30.9.2015: 107 Mio. €), Mietunterdeckungen in Höhe von 62 Mio. € (30.9.2015: 92 Mio. €), Mietverpflichtungen in Höhe von 48 Mio. € (30.9.2015: 40 Mio. €) sowie Rückbauverpflichtungen in Höhe von 32 Mio. € (30.9.2015: 29 Mio. €).

Sonstige Verpflichtungen des Immobilienbereichs in Höhe von 23 Mio. € (30.9.2015: 31 Mio. €) entfallen im Wesentlichen auf Instandhaltungsverpflichtungen.

Bedeutende Komponenten der Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Warengeschäft sind Rückstellungen für Kundentreueprogramme in Höhe von 35 Mio. € (30.9.2015: 32 Mio. €), Rückstellungen für Rückgaberechte in Höhe von 22 Mio. € (30.9.2015: 22 Mio. €) sowie Rückstellungen für Garantieleistungen in Höhe von 20 Mio. € (30.9.2015: 19 Mio. €).

Die Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von 278 Mio. € (30.9.2015: 143 Mio. €) betreffen im Wesentlichen METRO Cash & Carry mit 126 Mio. € (30.9.2015: 63 Mio. €), Real mit 15 Mio. € (30.9.2015: 13 Mio. €) sowie sonstige Gesellschaften mit 125 Mio. € (30.9.2015: 58 Mio. €).

Wesentliche Bestandteile der übrigen Rückstellungen sind die Rückstellungen für Prozesskosten/-risiken in Höhe von 76 Mio. € (30.9.2015: 132 Mio. €) und die Rückstellungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 40 Mio. € (30.9.2015: 21 Mio. €). Darüber hinaus enthält die Position Rückstellungen für Bürgschafts- und Gewährleistungsrisiken in Höhe von 29 Mio. € (30.9.2015: 18 Mio. €), Rückstellungen für Abfindungsverpflichtungen in Höhe von 11 Mio. € (30.9.2015: 57 Mio. €) und Zinsen auf Steuerrückstellungen in Höhe von 9 Mio. € (30.9.2015: 16 Mio. €).

———— Ergänzende Erläuterungen zu den anteilsbasierten Vergütungen finden sich unter Nummer 50 Long-Term Incentive der Führungskräfte.

Die Auflösungen betreffen im Wesentlichen Risikovorsorgen aus Portfoliomaßnahmen und beendete Rechtstreitigkeiten.

Die Umbuchungen betreffen im Wesentlichen Umgliederungen innerhalb der sonstigen Rückstellungen.

Die Zinssätze für unverzinsliche langfristige Rückstellungen liegen, je nach Laufzeit und Land, zwischen 0,00 Prozent und 5,62 Prozent.

35. Verbindlichkeiten

Mio. €	Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	30.9.2015 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	30.9.2016 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.550	9.550	0	0	9.383	9.383	0	0
davon Wechselverbindlichkeiten (unverzinslich)	(389)	(389)	(0)	(0)	(358)	(358)	(0)	(0)
Anleihen	4.550	1.311	1.970	1.268	3.164	722	1.172	1.269
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.189	932	174	83	276	132	127	17
Schuldscheindarlehen	415	295	66	54	68	2	12	54
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.213	97	351	765	1.251	91	384	776
Finanzschulden	7.366	2.635	2.561	2.170	4.759	947	1.696	2.116
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	331	331	0	0	325	325	0	0
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	44	44	0	0	48	48	0	0
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	838	838	0	0	816	816	0	0
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften	25	25	0	0	15	15	0	0
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	587	474	72	41	608	497	71	41
Übrige Verbindlichkeiten	868	776	72	20	843	764	53	26
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	2.694	2.488	145	61	2.656	2.465	124	67
Ertragsteuerschulden	148	148	0	0	170	170	0	0
	19.758	14.821	2.706	2.231	16.968	12.965	1.819	2.184

36. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr von 9.550 Mio. € auf 9.383 Mio. €.

Der Rückgang wurde maßgeblich mit 182 Mio. € bei Real durch Standortschließungen sowie durch die Inanspruchnahme eines neuen Regulierungsdienstleisters verursacht. Darüber hinaus trug das Segment Media-Saturn mit 50 Mio. € zur Verminderung bei, im Wesentlichen bedingt durch ein vorsichtigeres Bestellverhalten auf der Beschaffungsseite. Gegenläufig wirkte ein deutlicher Anstieg bei METRO Cash & Carry um 103 Mio. €, der insbesondere auf die Expansion sowie geänderte Zahlungs-termine zurückzuführen ist.

37. Finanzschulden

Der mittel- und langfristigen Finanzierung dient ein Daueremissionsprogramm, in dessen Rahmen die am 25. Januar 2016 fällige Anleihe über 50 Mio. € mit einem Kupon von 3,1 Prozent und die am 1. Februar 2016 fällige Anleihe über 60 Mio. € mit einem Kupon von 3 Prozent ebenso fristgerecht zurückgezahlt wurden wie die am 2. Mai 2016 fällige Anleihe über 225 Mio. CHF mit einem Kupon von 1,875 Prozent. Des

Weiteren wurden im September 2016 insgesamt 128 Mio. € einer am 22. Februar 2017 fälligen Anleihe über 750 Mio. € mit einem Kupon von 4,25 Prozent vorzeitig zurückgezahlt. Das Daueremissionsprogramm wurde zum 30. September 2016 mit insgesamt 3,1 Mrd. € in Anspruch genommen.

Überdies wurden Schuldscheindarlehen in Höhe von 158 Mio. € am 21. Dezember 2015 und in Höhe von 134 Mio. € am 14. März 2016 fristgerecht zurückgezahlt. Im September 2016 wurden zudem anteilige Schuldscheindarlehen in Höhe von 55 Mio. € vorzeitig zurückgeführt.

Die Deckung des kurzfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt über das in den Anleihen bilanzierte „Euro Commercial Paper Programme“ und über ein auf französische Investoren ausgerichteteres weiteres „Commercial Paper Programme“. Beide Programme verfügen über ein maximales Volumen von jeweils 2,0 Mrd. €. Zusammen wurden beide Programme im Geschäftsjahr 2015/16 im Durchschnitt mit 334 Mio. € (2014/15: 1.107 Mio. €) in Anspruch genommen. Zum 30. September 2016 wurden die Programme mit 0 Mio. € (30.9.2015: 941 Mio. €) ausgenutzt.

Des Weiteren stehen der METRO GROUP syndizierte Kreditlinien im Gesamtbetrag von 2.525 Mio. € (30.9.2015: 2.525 Mio. €) mit Laufzeitenden zwischen 2019 und 2021 zur Verfügung. Im Falle der Inanspruchnahme liegen die Zinssätze zwischen EURIBOR +50,0 Basispunkten (BP) und EURIBOR +55,0 BP. Der durchschnittliche im Geschäftsjahr 2015/16 in Anspruch genommene Betrag lag bei 0 Mio. € (2014/15: 0 Mio. €), der Betrag zum Stichtag lag bei 0 Mio. € (30.9.2015: 0 Mio. €).

Die Vertragsbedingungen für die Konsortialkreditlinien sehen im Falle einer Ratingaufwertung der METRO GROUP um eine

Stufe eine Verringerung der Margen von 5 bis 10 BP vor. Im Falle einer Ratingabwertung der METRO GROUP erhöhen sich die Margen um 20 bis 25 BP.

Der METRO GROUP standen zum 30. September 2016 zusätzliche bilaterale Bankkreditlinien in Höhe von 681 Mio. € (30.9.2015: 1.719 Mio. €) zur Verfügung, wovon 437 Mio. € (30.9.2015: 962 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr aufweisen. Zum Bilanzstichtag wurden von den bilateralen Kreditlinien insgesamt 276 Mio. € (30.9.2015: 1.189 Mio. €) in Anspruch genommen. Davon weisen 132 Mio. € (30.9.2015: 932 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr auf.

Freie Kreditlinien der METRO GROUP

Mio. €	30.9.2015			30.9.2016		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	1.719	962	757	681	437	244
Inanspruchnahme	-1.189	-932	-257	-276	-132	-144
Freie bilaterale Kreditlinien	530	30	500	405	305	100
Syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Inanspruchnahme	0	0	0	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Kreditlinien gesamt	4.244	962	3.282	3.206	437	2.769
Inanspruchnahme gesamt	-1.189	-932	-257	-276	-132	-144
Freie Kreditlinien gesamt	3.055	30	3.025	2.930	305	2.625

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 2016 wurden hieraus für Finanzschulden in Höhe von 35 Mio. € (30.9.2015: 118 Mio. €) dingliche Sicherheiten gestellt.

Die Fälligkeitsstruktur der Finanzschulden ist in den folgenden Tabellen dargestellt. Die angegebenen Buchwerte und Fair Values beinhalten die aufgelaufenen Zinsen, deren Restlaufzeit jeweils unter einem Jahr liegt.

Anleihen

		30.9.2015			
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	1.051	1.051	1.104	1.105
	1 bis 5 Jahre	1.975	1.975	1.970	2.093
	über 5 Jahre	1.276	1.276	1.268	1.235
CHF	bis 1 Jahr	225	206	208	210
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0

		30.9.2016			
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	672	672	722	730
	1 bis 5 Jahre	1.175	1.175	1.172	1.248
	über 5 Jahre	1.276	1.276	1.269	1.319
CHF	bis 1 Jahr	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten
(ohne Kontokorrent)

		30.9.2015			
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	714	714	718	726
	1 bis 5 Jahre	124	124	124	127
	über 5 Jahre	83	83	83	82
INR	bis 1 Jahr	4.082	56	56	56
	1 bis 5 Jahre	761	10	10	11
	über 5 Jahre	0	0	0	0
JPY	bis 1 Jahr	1.970	15	15	15
	1 bis 5 Jahre	5.335	40	40	43
	über 5 Jahre	0	0	0	0

		30.9.2016			
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	8	8	10	14
	1 bis 5 Jahre	57	57	57	56
	über 5 Jahre	17	17	17	17
INR	bis 1 Jahr	1.510	20	20	20
	1 bis 5 Jahre	2.456	33	33	35
	über 5 Jahre	0	0	0	0
JPY	bis 1 Jahr	1.370	12	12	12
	1 bis 5 Jahre	4.165	37	37	39
	über 5 Jahre	0	0	0	0

Schuldscheindarlehen

		30.9.2015			
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	291	291	295	296
	1 bis 5 Jahre	67	67	66	70
	über 5 Jahre	54	54	54	62

		30.9.2016			
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	0	0	2	2
	1 bis 5 Jahre	12	12	12	12
	über 5 Jahre	54	54	54	63

Tilgungsdarlehen, die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesen werden, sind in den Restlaufzeiten entsprechend ihrer Tilgungszeitpunkte dargestellt. Die Angaben zum Fair Value dieser Darlehen enthalten bei den Restlaufzeiten über einem Jahr grundsätzlich den Buchwert. Der Differenzbetrag zwischen Buchwert und Fair Value des

gesamten Darlehens ist in der Fälligkeit unter einem Jahr dargestellt.

Die Zinsstruktur der Finanzschulden ist den folgenden Tabellen zu entnehmen:

Anleihen

Zinsstruktur	Währung	Restlaufzeit	30.9.2015	30.9.2016
			Nominalwerte Mio. €	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	110	622
		1 bis 5 Jahre	1.925	1.175
		über 5 Jahre	1.276	1.276
	CHF	bis 1 Jahr	206	0
		1 bis 5 Jahre	0	0
		über 5 Jahre	0	0
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	941	50
		1 bis 5 Jahre	50	0
		über 5 Jahre	0	0

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten
(ohne Kontokorrent)

Zinsstruktur	Währung	Restlaufzeit	30.9.2015	30.9.2016
			Nominalwerte Mio. €	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	714	8
		1 bis 5 Jahre	124	57
		über 5 Jahre	83	17
	INR	bis 1 Jahr	56	20
		1 bis 5 Jahre	10	33
		über 5 Jahre	0	0
Variabel verzinslich	JPY	bis 1 Jahr	15	12
		1 bis 5 Jahre	40	37
		über 5 Jahre	0	0

Schuldscheindarlehen

Zinsstruktur	Währung	Restlaufzeit	30.9.2015	30.9.2016
			Nominalwerte Mio. €	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	222	0
		1 bis 5 Jahre	41	9
		über 5 Jahre	54	54
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	70	0
		1 bis 5 Jahre	26	3
		über 5 Jahre	0	0

Die Zinsbindung der kurz- und mittelfristigen Finanzschulden und die Zinsanpassungstermine aller festverzinslichen Finanzschulden entsprechen im Wesentlichen den dargestellten Restlaufzeiten. Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Die Auswirkungen von Zinsänderungen beim variablen Anteil der Finanzschulden auf das Periodenergebnis und das Eigenkapital der METRO GROUP sind ausführlich beschrieben unter Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

38. Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten

Wesentliche Positionen in den übrigen finanziellen Verbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten aus dem Erwerb übriger Anlagewerte in Höhe von 311 Mio. € (30.9.2015: 276 Mio. €), Verbindlichkeiten gegenüber Kunden in Höhe von 184 Mio. € (30.9.2015: 169 Mio. €), Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen konzernfremder Gesellschafter in Höhe von 71 Mio. € (30.9.2015: 156 Mio. €) sowie Verbindlichkeiten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 19 Mio. € (30.9.2015: 23 Mio. €). Darüber hinaus beinhalten die übrigen Verbindlichkeiten noch eine Vielzahl weiterer Einzelpositionen.

Die sonstigen Steuerverbindlichkeiten beinhalten Umsatzsteuer, Grundsteuer, Lohn- und Kirchensteuer sowie sonstige Steuern.

Der passive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinserträge sowie abgegrenzte Umsätze aus Kundentreueprogrammen und dem Verkauf von Gutscheinen und Garantieverträgen sowie übrige Abgrenzungsposten.

Wesentliche Positionen in den übrigen anderen Verbindlichkeiten sind erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen in Höhe von 48 Mio. € (30.9.2015: 44 Mio. €) und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen (keine Finanzierungs-Leasingverhältnisse) in Höhe von 57 Mio. € (30.9.2015: 53 Mio. €).

Mio. €	30.9.2015			30.9.2016		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	838	838	0	816	816	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	821	772	49	748	717	31
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.660	1.610	49	1.564	1.533	31
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	331	331	0	325	325	0
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	587	474	113	608	497	112
Übrige andere Verbindlichkeiten	115	72	43	158	110	48
Sonstige andere Verbindlichkeiten	1.034	878	157	1.092	932	160
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	2.694	2.488	206	2.656	2.465	191

39. Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten, die Verrechnungsvereinbarungen, einklagbaren Globalverrechnungsverträgen und ähnlichen Vereinbarungen unterliegen, bestanden wie folgt:

30.9.2015						
	(a)	(b)	(c) = (a) – (b)	(d)	(e) = (c) – (d)	
	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Verbindlichkeiten/ Vermögenswerte, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden	Erhaltene/ gestellte Sicherheiten	Nettobetrag
Mio. €				Finanz- instrumente		
Finanzielle Vermögenswerte						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	55	0	55	0	0	55
Forderungen an Lieferanten	2.307	633	1.674	154	0	1.520
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	709	7	702	1	0	701
Beteiligungen	69	0	69	0	0	69
Übrige finanzielle Vermögenswerte	1.196	2	1.194	0	0	1.194
Derivative Finanzinstrumente	52	0	52	4	20	29
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.415	0	4.415	0	0	4.415
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	33	0	33	0	0	33
	8.836	642	8.194	159	20	8.016
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	6.154	0	6.154	0	0	6.154
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.161	611	9.550	136	0	9.414
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.667	31	1.637	19	0	1.617
Derivative Finanzinstrumente	23	0	23	4	0	19
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.213	0	1.213	0	0	1.213
	19.218	642	18.576	159	0	18.418

30.9.2016						
(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. €						
Finanzielle Vermögenswerte						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	58	0	58	0	0	58
Forderungen an Lieferanten	2.271	497	1.774	142	0	1.632
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	815	7	808	1	0	807
Beteiligungen	23	0	23	0	0	23
Übrige finanzielle Vermögenswerte	503	1	502	0	0	502
Derivative Finanzinstrumente	6	0	6	1	0	5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.368	0	2.368	0	0	2.368
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	32	0	32	0	0	32
	6.076	505	5.570	144	0	5.427
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	3.508	0	3.508	0	0	3.508
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.870	487	9.383	125	0	9.258
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.568	18	1.550	18	0	1.532
Derivative Finanzinstrumente	14	0	14	1	0	13
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.251	0	1.251	0	0	1.251
	16.211	505	15.706	144	0	15.562

Die zugehörigen Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden, beinhalten sowohl Finanzinstrumente als auch Sicherheiten. Die nicht saldierten Finanzinstrumente wären durch die zugrunde liegenden Rahmenverträge saldierungsfähig, erfüllen jedoch nicht die Saldierungskriterien des IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung). Die Sicherheiten können sowohl

finanzielle Vermögenswerte, die als Sicherheiten für Verbindlichkeiten an eine dritte Partei gestellt wurden, als auch finanzielle Verbindlichkeiten, die die METRO GROUP von einer dritten Partei als Sicherheiten für Vermögenswerte erhalten hat, enthalten.

Nähere Angaben zu den Sicherheiten finden sich unter Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

40. Undiskontierte Cashflows finanzieller Verbindlichkeiten

Die undiskontierten Cashflows der Finanzschulden, der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der passivierten Derivate lauten wie folgt:

Mio. €	Buchwert 30.9.2015	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
		Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Anleihen	4.550	45	1.257	231	1.975	101	1.276
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.189	15	929	21	174	6	83
Schuldscheindarlehen	415	7	291	13	67	5	54
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.213	81	97	275	351	312	765
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.550	0	9.550	0	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	23	0	23	0	0	0	0

Mio. €	Buchwert 30.9.2016	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
		Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Anleihen	3.164	50	672	150	1.175	78	1.276
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	276	4	130	10	127	1	17
Schuldscheindarlehen	68	3	0	9	12	2	54
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.251	82	91	271	384	297	776
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.383	0	9.383	0	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	14	0	14	0	0	0	0

41. 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
Aktiva	27.656	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Kredite und Forderungen	3.209	3.209	0	0	3.207
Ausleihungen und gewährte Darlehen	55	55	0	0	54
Forderungen an Lieferanten	1.674	1.674	0	0	1.674
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	702	702	0	0	702
Übrige finanzielle Vermögenswerte	777	777	0	0	777
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten	30	0	30	0	30
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	30	0	30	0	30
Zur Veräußerung verfügbar	486	9	0	477	k. A.
Beteiligungen	69	9	0	60	k. A.
Wertpapiere	417	0	0	417	417
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	22	0	0	22	22
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.415	4.415	0	0	4.415
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	33	k. A.	k. A.	k. A.	46
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Aktiva	19.462	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Passiva	27.656	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Zu Handelszwecken gehalten	18	0	18	0	18
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	18	0	18	0	18
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	17.341	17.164	65	112	17.462
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäften aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	6.154	6.154	0	0	6.275
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.550	9.550	0	0	9.550
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.637	1.460	65	112	1.637
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	0	5	5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	1.213	k. A.	k. A.	k. A.	1.515
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Passiva	9.080	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.

Mio. €	30.9.2016				
	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
		k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Aktiva	24.952				
Kredite und Forderungen	3.140	3.140	0	0	3.141
Ausleihungen und gewährte Darlehen	58	58	0	0	58
Forderungen an Lieferanten	1.774	1.774	0	0	1.774
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	808	808	0	0	808
Übrige finanzielle Vermögenswerte	500	500	0	0	501
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten	4	0	4	0	4
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	4	0	4	0	4
Zur Veräußerung verfügbar	24	23	0	2	k. A.
Beteiligungen	23	23	0	0	k. A.
Wertpapiere	2	0	0	2	2
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	2	0	0	2	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.368	2.368	0	0	2.368
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	32	k. A.	k. A.	k. A.	46
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Aktiva	19.382	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Passiva	24.952	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Zu Handelszwecken gehalten	10	0	10	0	10
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	10	0	10	0	10
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	14.441	14.360	54	26	14.586
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	3.508	3.507	0	0	3.652
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.383	9.383	0	0	9.383
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.550	1.470	54	26	1.550
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	4	0	0	4	4
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	1.251	k. A.	k. A.	k. A.	1.577
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Passiva	9.246	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.

Die Klassenbildung ist anhand gleichartiger Risiken für die jeweiligen Finanzinstrumente vorgenommen worden und ist grundsätzlich gleichlautend zu den Kategorien des IAS 39. Eine tiefere Unterteilung ergibt sich für einzelne finanzielle Vermögenswerte und Schulden aus der oben angegebenen Tabelle. Für einzelne weitere Angaben wurden die Klassen der jeweiligen Angabe auf jeweils homogene Klassen aggregiert. 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 Vermö-

genswerte 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 23 Mio. € (30.9.2015: 69 Mio. €) werden 23 Mio. € (30.9.2015: 9 Mio. €) zu Anschaffungskosten bewertet, da eine verlässliche Ermittlung des Fair Values nicht möglich ist. Es handelt sich hierbei um nicht börsennotierte Finanzinstrumente, für die kein aktiver Markt besteht. Eine Veräußerung der zu Anschaffungskosten bewerteten Beteiligungen ist zurzeit nicht vorgesehen.

Darüber hinaus werden Wertpapiere in Höhe von 2 Mio. € (30.9.2015: 417 Mio. €) erfolgsneutral folgebewertet. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um börsennotierte, hochliquide Geldmarktfonds.

Die übrigen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter in Höhe von 71 Mio. € (30.9.2015: 156 Mio. €) und Earn-out-Verbindlichkeiten (bedingte Kaufpreiszahlungen im Rahmen von Unternehmensakquisitionen) in Höhe von 9 Mio. € (30.9.2015: 21 Mio. €). Davon werden 26 Mio. € (30.9.2015: 112 Mio. €) erfolgsneutral und 54 Mio. € (30.9.2015: 65 Mio. €) erfolgswirksam zum Fair Value folgebewertet.

Die nachstehende Tabelle stellt die Finanzinstrumente dar, die in der Bilanz zum Fair Value bewertet werden. Diese sind in eine dreistufige Fair-Value-Hierarchie eingeordnet, deren Level die Marktnähe der bei der Ermittlung der Fair Values einbezogenen Daten widerspiegeln:

Mio. €	30.9.2015				30.9.2016			
	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3
Aktiva	529	417	52	60	8	2	6	0
Zu Handelszwecken gehalten								
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	30	0	30	0	4	0	4	0
Zur Veräußerung verfügbar								
Beteiligungen	60	0	0	60	0	0	0	0
Wertpapiere	417	417	0	0	2	2	0	0
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	22	0	22	0	2	0	2	0
Passiva	200	0	23	177	94	0	14	80
Zu Handelszwecken gehalten								
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	18	0	18	0	10	0	10	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten								
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	177	0	0	177	80	0	0	80
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	5	0	4	0	4	0
	329	417	29	-117	-86	2	-8	-80

Die Bewertung der Wertpapiere (Level 1) erfolgt anhand quotierter Marktpreise auf aktiven Märkten.

Bei Zinsswaps und Devisengeschäften (alle Level 2) erfolgt eine Mark-to-Market-Bewertung auf Basis notierter Devisenkurse und am Markt erhältlicher Zinsstrukturkurven.

Während der Berichtsperiode wurden keine Transfers zwischen den Leveln 1 und 2 vorgenommen.

Auf der Aktivseite betreffen die Level-3-Bewertungen des Vorjahres ausschließlich Beteiligungen an Immobiliengesellschaften, deren Fair Values auf Grundlage externer Immobiliengutachten unter Anwendung von Discounted-Cashflow-Verfahren ermittelt wurden. Dabei sind unter anderem Annahmen zu marktgängigen Mieten sowie möglichen Leerständen in die Bewertung eingeflossen. Die Fair Values dieser Beteiligungen wurden schließlich nach Abzug von Schulden und Multiplikation mit dem Gesellschaftsanteil ermittelt.

Die Level-3-Bewertungen auf der Passivseite beinhalten Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter sowie Earn-out-Verbindlichkeiten. Die Fair-Value-Bewertung richtet sich nach der jeweiligen Vertragsgestaltung und erfolgt in Höhe von 35 Mio. € (30.9.2015: 47 Mio. €) unter Anwendung von Discounted-Cashflow-Verfahren sowie in Höhe von 45 Mio. € (30.9.2015: 130 Mio. €) unter Berücksichtigung von vertraglichen Wertobergrenzen oder auf Grundlage von aktuellen Kaufpreisangeboten.

Bei denjenigen Fair Values von Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen und Earn-out-Verbindlichkeiten, die nach dem Discounted-Cashflow-Verfahren ermittelt werden, werden die erwarteten zukünftigen Cashflows über einen Detailplanungszeitraum von bis zu elf Jahren (30.9.2015: bis zu drei Jahren) und gegebenenfalls zuzüglich einer ewigen Rente zugrunde gelegt. Für die ewige Rente wird eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent (30.9.2015: 1,0 Prozent) angenommen. Als Diskontierungszins wird grundsätzlich der jeweilige gewichtete Kapitalkostensatz (WACC) verwendet. Diese Kapitalkostensätze lagen im Berichtsjahr zwischen 5,6 Prozent und 13,9 Prozent (30.9.2015: zwischen 5,6 Prozent und 8,7 Prozent). Würden die einzelnen Zinssätze um je 10 Prozent steigen, würde der Fair Value dieser Verbindlichkeiten um 1 Mio. € (30.9.2015: 1 Mio. €) sinken. Bei einer Zinssatzreduzierung um je 10 Prozent würde der Fair Value dieser Verbindlichkeiten um 1 Mio. € (30.9.2015: 2 Mio. €) steigen.

Die Wertänderungen der Verkaufsoptionen und Earn-out-Verbindlichkeiten entwickelten sich vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016 wie folgt:

Mio. €	2014/15	2015/16
Stand 1.10.	72	177
Transfer in Level 3	0	0
Transfer aus Level 3	0	0
Gewinne (-) und Verluste (+) der Periode	2	4
Periodenergebnis	(1)	(1)
Sonstiges Ergebnis	(1)	(3)
Veränderung Firmenwert	21	10
Übrige ergebnisneutrale Wertveränderungen	82	-110
Stand 30.9.	177	80

Die dargestellte Entwicklung enthält transaktionsbedingte Veränderungen in Höhe von -95 Mio. €. Davon entfällt auf die Einlösung bestehender Rechte ein Betrag von 112 Mio. € und auf die Vergabe neuer Rechte ein Betrag von 17 Mio. €, der mit 7 Mio. € im Sonstigen Ergebnis und mit 10 Mio. € unter „Veränderung Firmenwerte“ ausgewiesen ist. Die Einlösung bestehender Rechte ist Bestandteil der übrigen ergebnisneutralen Wertveränderungen.

Transfers in oder aus Level 3 gab es weder im aktuellen Geschäftsjahr noch im Vorjahr.

Im Vorjahr beinhaltete die Veränderung der zum 30. September 2015 bestehenden Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter die Erfassung von Verkaufsoptionen im Fremdkapital im Wege der Umgliederung aus dem Eigenkapital in Höhe von 44 Mio. €. Zudem wurden die Firmenwerte um 21 Mio. € erhöht.

Finanzinstrumente, die in der Bilanz zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert sind, für die der Fair Value aber im Anhang angegeben ist, sind ebenfalls in eine dreistufige Fair-Value-Hierarchie eingeordnet.

Die Fair Values der Forderungen an Lieferanten, der Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente entsprechen aufgrund der überwiegend kurzen Laufzeit im Wesentlichen ihren Buchwerten.

Die Ermittlung der Fair Values der Anleihen, Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Schuldscheindarlehen erfolgt

auf der Basis der Marktzinskurve nach der Zero-Coupon-Methode unter Berücksichtigung von Credit Spreads (Level 2). Die auf den Stichtag abgegrenzten Zinsen sind in den Werten enthalten.

Die Fair Values aller anderen übrigen finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten, die nicht börsennotiert sind, entsprechen den Barwerten der mit diesen Bilanzpositionen verbundenen Zahlungen. Bei der Berechnung wurden die zum Stichtag gültigen landesspezifischen Zinsstrukturkurven (Level 2) herangezogen.

Sonstige Erläuterungen

42. Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung gemäß IAS 7 (Kapitalflussrechnungen) zeigt, wie sich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im Konzern im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben.

Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten umfasst Schecks und Kassenbestände sowie unterwegs befindliche Gelder und die Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Restlaufzeit von bis zu drei Monaten.

Die Kapitalflussrechnung unterscheidet zwischen Mittelveränderungen aus der betrieblichen Tätigkeit, aus Investitions- und aus Finanzierungstätigkeit. Cashflows aus nicht fortgeführten Aktivitäten werden separat ausgewiesen, sofern es sich um aufzugebene Geschäftsbereiche handelt.

Die Cashflows aus nicht fortgeführten Aktivitäten betreffen die im Vorjahr durchgeführte Veräußerung der Galeria-Kaufhof-Gruppe. Die nachfolgenden Erläuterungen beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

Aus der betrieblichen Tätigkeit wurden im Berichtsjahr Cashflows in Höhe von 1.569 Mio. € (2014/15: 1.595 Mio. €) generiert. Die Abschreibungen entfallen mit 854 Mio. € (2014/15: 888 Mio. €) auf Sachanlagen, mit 168 Mio. € (2014/15: 104 Mio. €) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte, mit 11 Mio. € (2014/15: 38 Mio. €) auf „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“ und mit 0 Mio. € (2014/15: 457 Mio. €) auf Geschäfts- oder Firmenwerte. Dagegen laufen Zuschreibungen in Höhe von 16 Mio. € (2014/15: 22 Mio. €).

Die Veränderung des Nettobetriebsvermögens beträgt –283 Mio. € (2014/15: –305 Mio. €) und enthält die Veränderungen der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der in der Position „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ enthaltenen Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen aus Kreditkarten und geleisteten 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.

Aus der sonstigen betrieblichen Tätigkeit resultiert insgesamt ein Mittelabfluss von 154 Mio. € (2014/15: Mittelzufluss von 381 Mio. €). Die Position beinhaltet Veränderungen der sonstigen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Darüber hinaus enthält sie Veränderungen aus zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten und Schulden, Anpassungen nicht realisierter Währungseffekte sowie die Eliminierung EBIT-wirksamer Entkonsolidierungsergebnisse.

Wesentliche Posten sind die Umgliederung des Entkonsolidierungserfolgs Vietnam in die Unternehmensveräußerungen in Höhe von 451 Mio. € sowie Einzahlungen der METRO Unterstützungskasse aus gewährten Darlehen in Höhe von 220 Mio. €. Im Vorjahr war im Wesentlichen die Adjustierung nicht realisierter Währungseffekte in Höhe von 236 Mio. € enthalten, die im Geschäftsjahr 2015/16 –4 Mio. € betrug.

Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit resultiert im Berichtsjahr ein Mittelabfluss von 224 Mio. € (2014/15: Mittelabfluss von 1.187 Mio. €). Hierin sind Nettoeinzahlungen für die Veräußerung des vietnamesischen Großhandelsgeschäfts von METRO Cash & Carry in Höhe von 357 Mio. € enthalten. Die Unternehmensakquisitionen beinhalten im Wesentlichen die Erwerbe von Rungis Express und der RTS-Gruppe. Im Vorjahr waren hierin Auszahlungen für den Erwerb der Classic Fine Foods Group in Höhe von 241 Mio. € sowie weiterer Anteile an der iBOOD-Gruppe in Höhe von 10 Mio. € enthalten.

Die sonstigen Investitionen beinhalten Auszahlungen in Höhe von 82 Mio. € (2014/15: Auszahlung 415 Mio. €) für kurzfristige Geldanlagen > 3 Monate.

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 Desinvestitionen beinhalten die Rückzahlung einer kurzfristigen Geldanlage > 3 Monate in Höhe von 415 Mio. €.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist im Berichtsjahr einen Mittelabfluss von 3.584 Mio. € (2014/15: Mittelabfluss 718 Mio. €) aus, der im Wesentlichen auf die Tilgung von Finanzschulden zurückzuführen ist.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente unterlagen in Höhe von 0 Mio. € Verfügungsbeschränkungen.

43. Segmentberichterstattung

Die Segmentierung folgt der internen Steuerung und Berichterstattung des Konzerns. Durch Aggregationen von operativen Segmenten richten sich die Berichtssegmente nach der Einteilung des Geschäfts in einzelne Branchen.

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry ist im Selbstbedienungs Großhandel mit den Marken METRO und MAKRO sowie der Classic Fine Foods Group fokussiert auf drei gewerbliche Kundengruppen: Horeca (Fokus auf Hotels, Restaurants und Caterer), Trader (Fokus auf unabhängige Wiederverkäufer wie zum Beispiel Kioskbetreiber, Bäcker und Metzger) sowie Multispecialists (neben den übrigen Kundengruppen auch Fokus auf Service Companies and Offices) in 25 Ländern Europas und Asiens vertreten.

Die genannten drei Kundengruppen stellen operative Segmente dar, da sich die interne Ressourcenallokation und die Performancemessung durch den sogenannten Chief Operating Decision Maker (Vorstand der METRO AG) an ihnen orientiert. Da die drei Kundengruppen trotz ihrer strategisch unterschiedlichen Fokussierung derzeit hinreichende Ähnlichkeiten hinsichtlich ihres Geschäftsmodells, ihrer Produkte und Dienstleistungen sowie ihrer Kundenstruktur aufweisen – insbesondere in Abgrenzung zu den übrigen Berichtssegmenten der METRO GROUP – werden diese drei operativen Segmente zu einem berichtspflichtigen Segment zusammengefasst.

Media-Saturn

Media-Saturn bietet im Elektrofachhandel ein umfassendes Sortiment mit neuesten Markenprodukten sowie die dazugehörenden Services und Dienstleistungen an. Mit den zwei starken Vertriebsmarken Media Markt und Saturn ist die Vertriebslinie in 15 Ländern vertreten. Zudem betreibt die Unternehmensgruppe reine Onlineanbieter wie Redcoon und iBOOD sowie die digitale Entertainmentplattform Juke. Die interne Steuerung hinsichtlich der Ressourcenallokation und der Messung der Performance durch den Chief Operating Decision Maker (Vorstand der METRO AG) erfolgt für Media-Saturn als Ganzes, sodass Media-Saturn sowohl das operative als auch das berichtspflichtige Segment darstellt.

Real

Real betreibt Hypermärkte in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Onlinehandel aktiv. Alle Märkte bieten ein umfassendes Lebensmittelangebot mit einem hohen Anteil an Frischeprodukten, ergänzt um ein Sortiment von Nichtlebensmitteln. Im März 2016 hat Real den Kaufvertrag zur Übernahme des Onlineshoppingportals Hitmeister unterzeichnet. Real stellt ein eigenes operatives und berichtspflichtiges Segment dar, da die interne Steuerung hinsichtlich der Ressourcenallokation und der Messung der Performance durch den Chief Operating Decision Maker (Vorstand der METRO AG) für Real separat erfolgt.

Nicht fortgeführte Aktivitäten

Die nicht fortgeführten Aktivitäten beinhalten die Galeria-Kaufhof-Gruppe, welche bis zum Geschäftsjahr 2013/14 als separates Segment berichtet wurde.

——— Weitere Angaben zu den Segmenten enthält der zusammengefasste Lagebericht.

Außer den Informationen zu den oben genannten Berichtssegmenten werden gleichwertige Informationen zu den METRO GROUP Regionen veröffentlicht. Dabei wird nach den Regionen Deutschland, Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien unterschieden.

Nachfolgend werden die wesentlichen Bestandteile der Segmentberichterstattung beschrieben:

- Der Außenumsatz repräsentiert den Umsatz der Geschäftssegmente mit Konzernexternen.
- Der Innenumsatz zeigt die Umsätze mit anderen Geschäftssegmenten.

- 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.
- Im EBITDA und im EBIT vor Sonderfaktoren werden alle Geschäftsvorfälle bereinigt, die nicht regelmäßig wiederkehrend sind, darunter zum Beispiel Restrukturierungen oder Änderungen im Konzernportfolio.

Nachfolgend wird die Überleitung des EBITDA vor Sonderfaktoren auf das berichtete EBITDA sowie die Überleitung des EBIT vor Sonderfaktoren auf das berichtete EBIT dargestellt:

Mio. €	2014/15	2015/16
EBITDA vor Sonderfaktoren	2.458	2.509
Portfoliomaßnahmen	25	443
Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen	-237	-340
Risikovorsorgen	-14	0
Übrige Sonderfaktoren	-56	-82
EBITDA wie berichtet	2.177	2.530

Mio. €	2014/15	2015/16
EBIT vor Sonderfaktoren	1.511	1.560
Portfoliomaßnahmen	23	442
Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen	-285	-408
Risikovorsorgen inklusive Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	-472	0
Übrige Sonderfaktoren	-66	-82
EBIT wie berichtet	711	1.513

- Die Segmentinvestitionen beinhalten die Zugänge (einschließlich der Zugänge zum Konsolidierungskreis) zu den langfristigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie zu den als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien. Ausgenommen hiervon sind Zugänge aufgrund der Reklassifikation von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ als langfristige Vermögenswerte.
- Das Segmentvermögen enthält das lang- und kurzfristige Vermögen. Nicht enthalten sind hauptsächlich Finanzanlagen, nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen, Steuerpositionen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Vermögenswerte, die nicht fortgeführten Aktivitäten zuzuordnen sind.

Nachfolgend wird die Überleitung des Segmentvermögens auf die Vermögenswerte des Konzerns dargestellt:

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Segmentvermögen	21.142	20.942
Finanzanlagen (lang- und kurzfristig)	123	105
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	184	188
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.415	2.368
Latente Steueransprüche	724	663
Ertragsteuererstattungsansprüche	202	216
Sonstige Steuererstattungsansprüche ¹	358	365
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	5	0
Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften ²	479	100
Sonstiges	23	7
Vermögenswerte des Konzerns	27.656	24.952

¹Enthalten in der Bilanzposition „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ (kurzfristig)

²Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ (lang- und kurzfristig)

- Transfers zwischen den Segmenten finden grundsätzlich auf Basis der aus Konzernsicht entstehenden Kosten statt.

44. Management der finanzwirtschaftlichen Risiken

Die Treasury der METRO AG steuert die finanzwirtschaftlichen Risiken der METRO GROUP. Dies sind speziell

- Preisänderungsrisiken,
- Liquiditätsrisiken,
- Bonitätsrisiken und
- Risiken aus Zahlungsstromschwankungen.

Nähere Angaben zum Risikomanagementsystem finden sich im zusammengefassten Lagebericht im Wirtschaftsbericht – Vermögens-, Finanz- und Ertragslage – Finanz- und Vermögenstage – Finanzmanagement.

Preisänderungsrisiken

Preisänderungsrisiken resultieren für die METRO GROUP daraus, dass der Wert eines Finanzinstruments durch Änderungen der Marktzinssätze, der Wechselkurse, der Aktienkurse oder aber der Rohstoffpreise beeinflusst wird.

Zinsrisiken entstehen durch Veränderungen des Zinsniveaus. Zur Begrenzung dieser Risiken werden Zinsderivate eingesetzt.

Die Ermittlung des verbleibenden Zinsrisikos der METRO GROUP erfolgt gemäß IFRS 7 mittels einer Sensitivitätsanalyse. Dabei werden folgende Annahmen bei der Betrachtung einer Zinssatzänderung zugrunde gelegt:

- Die durch die Sensitivitätsanalyse ermittelte Gesamtauswirkung bezieht sich auf den Bestand zum Bilanzstichtag und drückt den Effekt für ein Jahr aus.
- Variabel verzinsliche originäre Finanzinstrumente, deren Zinszahlungen nicht als Grundgeschäft im Rahmen von Cashflow Hedges gegen Zinssatzänderungen 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 und aus anderen kurzfristig liquiden finanziellen Vermögenswerten (unter „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ ausgewiesen) mit einem Gesamtanlagesaldo nach Berücksichtigung von Sicherungsgeschäften in Höhe von 2.056 Mio. € (30.9.2015: 3.019 Mio. €).

Eine Zinssatzerhöhung von 10 Basispunkten hat bei diesem Gesamtsaldo einen um 2 Mio. € (2014/15: 3 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. € (2014/15: –3 Mio. €).

Währungsrisiken entstehen der METRO GROUP im internationalen Einkauf von Waren und aufgrund von Kosten sowie Finanzierungen, die in einer anderen Währung als der jeweiligen Landeswährung anfallen oder an die Entwicklung einer anderen Währung gebunden sind. Für daraus resultierende Fremdwährungspositionen besteht eine Sicherungspflicht gemäß der Konzernrichtlinie „Fremdwährungstransaktionen“. Ausnahmen bestehen dort, wo es wirtschaftlich nicht sinnvoll ist, sowie bei gesetzlichen und regulatorischen Beschränkungen in den Ländern. Bei der Absicherung kommen Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungsswaps zum Einsatz.

Aus der Bewertung von Zinswährungsswaps mit einem Nominalvolumen von 0 Mio. € (30.9.2015: 206 Mio. €), die in einem Cashflow Hedge stehen, ergibt sich bei einer Zinssatzerhöhung von 10 Basispunkten eine Erhöhung des Eigenkapitals um 0 Mio. € (2014/15: 0 Mio. €). Bei einem entsprechenden Zinssatzrückgang ergibt sich eine Eigenkapitalminderung um 0 Mio. € (2014/15: 0 Mio. €).

Die Darstellung des durch die Ausnahmen entstehenden Fremdwährungsrisikos erfolgt gemäß IFRS 7 ebenfalls mittels einer Sensitivitätsanalyse. Dabei werden folgende Annahmen bei der Betrachtung einer Ab- beziehungsweise Aufwertung des Euro gegenüber Fremdwährungen getroffen:

Die durch die Sensitivitätsanalyse dargestellte Gesamtauswirkung bezieht sich in ihrer Höhe und ihren Ergebnischarakteristika auf die Fremdwährungsbestände innerhalb der konsolidierten Tochtergesellschaften der METRO GROUP und drückt den Effekt bei Vorliegen der Ab- beziehungsweise Aufwertung des Euro aus.

Bei einer Abwertung des Euro tritt ein positiver Effekt ein, sofern eine Fremdwährungsforderung in einer Tochtergesellschaft besteht, deren funktionale Währung der Euro ist, sowie bei einer Verbindlichkeit in Euro in einer Tochtergesellschaft, deren funktionale Währung nicht der Euro ist. In der nachfolgenden Tabelle werden die Währungspaar-Nominalvolumen, die unter diese Kategorie fallen, mit einem positiven Vorzeichen dargestellt.

Ein negativer Effekt tritt bei einer Abwertung des Euro ein, sofern eine Forderung in Euro in einer Tochtergesellschaft besteht, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, sowie bei einer Fremdwährungsverbindlichkeit in einer Tochtergesellschaft, deren funktionale Währung der Euro ist. Korrespondierend dazu werden in der nachfolgenden Tabelle die unter diese Kategorie fallenden Währungspaar-Nominalvolumen mit einem negativen Vorzeichen ausgewiesen.

Eine Aufwertung des Euro bewirkt hingegen für alle oben dargestellten Beziehungen jeweils den gegenläufigen Effekt.

Die Effekte aus der Bewertung von Fremdwährungspositionen, die gemäß IAS 21 mit dem Stichtagskurs umgerechnet werden und die keinen Eigenkapitalcharakter haben, werden in der Sensitivitätsanalyse ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. In den Fällen, in denen die Fremdwährungspositionen Eigenkapitalcharakter haben, sogenannte Net Investments, werden die Effekte der Stichtagskursbewertung erfolgsneutral im Eigenkapital (Sonstiges Ergebnis) berücksichtigt.

Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungs-swaps, 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.

Im Konzernabschluss sind Devisentermingeschäfte als Sicherungsgeschäft im Rahmen eines Cashflow Hedges zur Absicherung von Warenbezügen und -verkäufen designiert. Fair-Value-Änderungen dieser Sicherungsinstrumente werden so lange im Sonstigen Ergebnis (other comprehensive income) erfasst, bis das zugrunde liegende Grundgeschäft ergebniswirksam geworden ist.

Effekte aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen, deren funktionale Währung nicht die Berichtswährung der METRO GROUP ist, berühren die Cashflows in lokaler Währung nicht und sind deshalb nicht Bestandteil der Sensitivitätsanalyse.

Das verbleibende Währungsrisiko der METRO GROUP, das im Wesentlichen daraus entsteht, dass bestimmte Währungen aus rechtlichen Gründen oder aufgrund fehlender Markttiefe nicht gesichert werden können, lautet zum Bilanzstichtag wie folgt:

Auswirkung bei Ab-/Aufwertung des Euro um 10 %

Mio. €	Währungspaar	Volumen	30.9.2015	Volumen	30.9.2016
Periodenergebnis			+/-		+/-
	CHF / EUR	+27	3	+28	3
	CNY / EUR	+28	3	+38	4
	CZK / EUR	+65	7	-7	-1
	EGP / EUR	+30	3	+31	3
	GBP / EUR	0	0	-9	-1
	HKD / EUR	0	0	-13	-1
	HUF / EUR	-8	-1	0	0
	JPY / EUR	0	0	-10	-1
	KZT / EUR	+138	14	+13	1
	MDL / EUR	+35	4	+38	4
	PLN / EUR	-2	0	+32	3
	RON / EUR	+70	7	+35	4
	RSD / EUR	+30	3	+14	1
	RUB / EUR	+19	2	+34	3
	SEK / EUR	+51	5	+29	3
	TRY / EUR	-6	-1	+8	1
	UAH / EUR	+33	3	+34	3
	USD / EUR	+25	3	-16	-2
			55		27
Eigenkapital			+/-		+/-
	CNY / EUR	+96	10	+18	2
	CZK / EUR	0	0	+5	1
	KZT / EUR	+137	14	+237	24
	PLN / EUR	+72	7	+75	8
	RON / EUR	0	0	+7	1
	RSD / EUR	0	0	+16	2
	RUB / EUR	0	0	+147	15
	UAH / EUR	+242	24	+242	24
	USD / EUR	+288	29	+38	4
			84		81
			139		108

Die darüber hinaus bestehenden Währungsrisiken resultieren im Wesentlichen aus US-Dollar-Fremdwährungspositionen in verschiedenen Tochtergesellschaften, in denen die funktionale Währung nicht US-Dollar oder Euro ist. Bei einem US-Dollar-Nominalvolumen von +21 Mio. € (30.9.2015: +140 Mio. €) würde eine 10-prozentige Abwertung des US-Dollars im Periodenergebnis zu positiven Effekten von 2 Mio. € führen (2014/15: 14 Mio. €), eine Aufwertung hingegen zu negativen Effekten von 2 Mio. € (2014/15: 14 Mio. €). Mit einem Nominalvolumen von +21 Mio. € (30.9.2015: +161 Mio. €) entfällt davon der überwiegende Anteil auf das Währungspaar CNY/USD (30.9.2015: VND/USD).

Die bisher erfolgsneutral im Eigenkapital eingestellten Wertveränderungen für die als Cashflow Hedge bilanzierten CHF/EUR-Zinswährungsswaps werden analog der erwarteten Zahlungsströme aus den zugewiesenen Grundgeschäften ergebniswirksam reklassifiziert. Im Vorjahr hätte aus einem als Cashflow Hedge bilanzierten CHF/EUR-Zinswährungsswap mit einem Nominalvolumen von 206 Mio. € und dem zugehörigen Grundgeschäft eine 10-prozentige Abwertung des Euro zu einem Anstieg des Eigenkapitals in Höhe von 1 Mio. € geführt. Eine entsprechende Aufwertung hätte das Eigenkapital um 1 Mio. € verringert.

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. €	30.9.2015			30.9.2016		
	Fair Values			Fair Values		
	Nominalvolumen	Finanzielle Vermögenswerte	Finanzielle Verbindlichkeiten	Nominalvolumen	Finanzielle Vermögenswerte	Finanzielle Verbindlichkeiten
Währungsbezogene Geschäfte						
Devisentermingeschäfte/-optionen	1	34	23	-281	6	14
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(384)	(4)	(5)	(107)	(2)	(4)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-383)	(30)	(18)	(-388)	(4)	(10)
Zins-/Währungsswaps	206	18	0	0	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(206)	(18)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	207	52	23	-281	6	14

Das Nominalvolumen der Devisentermingeschäfte/-optionen und der Zinsbegrenzungsvereinbarungen bestimmt sich aus der Nettoposition der den einzelnen Geschäften zugrunde liegenden An- und Verkaufsbeträge in Fremdwährung, umge-

rechnet zum entsprechenden Wechselkurs des Bilanzstichtags. Das Nominalvolumen der Zinsswaps beziehungsweise der Zins-/Währungsswaps und der Zinssicherungskontrakte ist brutto ausgewiesen.

Sämtliche Fair Values stellen den theoretischen Wert bei Auflösung der Geschäfte zum Stichtag dar. Unter der Prämisse des Haltens der Geschäfte bis zur Endlaufzeit handelt es sich hierbei um unrealisierte Gewinne und Verluste, die sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts bis zur Fälligkeit mit Gewinnen und Verlusten der Grundgeschäfte ausgleichen werden.

Um diesen Ausgleich periodengerecht darstellen zu können, werden zwischen Sicherungsgeschäften und Grundgeschäften Beziehungen hergestellt, die wie folgt gebucht werden:

- Innerhalb eines Fair-Value-Hedges wird sowohl das Sicherungsgeschäft als auch das abzusichernde Risiko des Grundgeschäfts mit dem Fair Value bilanziert. Die Wertschwankungen beider Geschäfte werden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, in der sie sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts ausgleichen.
- Innerhalb eines Cashflow Hedges werden die Sicherungsgeschäfte ebenfalls grundsätzlich zum Fair Value bilanziert. Bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts werden die Bewertungsveränderungen so lange im Eigenkapital erfasst, bis die abgesicherten Zahlungsströme

beziehungsweise erwarteten Transaktionen das Ergebnis beeinflussen. Erst dann erfolgt die Erfassung in der Gewinn- und Verlustrechnung.

- Sicherungsgeschäfte, die nach IAS 39 nicht in einer Sicherungsbeziehung stehen, werden mit dem Fair Value bilanziert. Wertveränderungen werden direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Auch wenn hier formal kein Sicherungszusammenhang hergestellt wurde, handelt es sich hierbei um Sicherungsgeschäfte, die in einem engen Zusammenhang mit einem Grundgeschäft stehen und die sich in ihrer Ergebnisauswirkung mit denen des Grundgeschäfts ausgleichen (natürlicher Hedge).

Die eingesetzten Währungsderivate beziehen sich vor allem auf den Chinesischen Renminbi, den Japanischen Yen, den Polnischen Złoty, den Rumänischen Leu, den Russischen Rubel, den Schweizer Franken, die Tschechische Krone, den Ungarischen Forint sowie den US-Dollar.

Folgende Fälligkeitstermine liegen bei den derivativen Finanzinstrumenten vor:

Mio. €	30.9.2015 Fair Values			30.9.2016 Fair Values		
	Fälligkeitstermine			Fälligkeitstermine		
	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Währungsbezogene Geschäfte						
Devisentermingeschäfte/-optionen	11	0	0	-8	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(-2)	(0)	(0)	(-1)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(12)	(0)	(0)	(-7)	(0)	(0)
Zins-/Währungsswaps	18	0	0	0	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(18)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	29	0	0	-8	0	0

Unter den Fälligkeitsterminen sind die Fair Values der in diesen Zeiträumen fälligen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten angegeben.

Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Liquiditätsrisiken

Mit Liquiditätsrisiko wird das Risiko bezeichnet, Zahlungsmittel nicht oder nur zu erhöhten Kosten beschaffen beziehungsweise bereitstellen zu können. Liquiditätsrisiken entstehen beispielsweise durch temporäres Versagen der Kapitalmärkte, Ausfall von Kreditgebern, unzureichende Kreditlinien oder das Fehlen eingeplanter Zahlungseingänge. Die METRO AG fungiert für die Gesellschaften der METRO GROUP als finanzwirtschaftlicher Koordinator, um eine möglichst kostengünstige und betragsmäßig stets ausreichende Deckung des Finanzbedarfs für das operative Geschäft und für Investitionen sicherzustellen. Die erforderlichen Informationen werden durch eine monatlich aktualisierte Konzernfinanzplanung der einzelnen Konzerngesellschaften bereitgestellt und einer monatlichen Abweichungsanalyse unterzogen. Diese Finanzplanung wird zusätzlich durch eine wöchentlich rollierende 14-Tages-Liquiditätsplanung ergänzt.

Als Instrumente der Finanzierung werden Produkte des Geld- und Kapitalmarkts (Fest- und Tagesgelder, Schuldscheindarlehen, Commercial Papers und börsennotierte Anleihen im Rahmen der Daueremissionsprogramme) sowie bilaterale und syndizierte Kredite eingesetzt. Die METRO GROUP verfügt über eine ausreichende Liquiditätsreserve, sodass Liquiditätsrisiken auch dann nicht entstehen, wenn unerwartet auftretende Ereignisse negative finanzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Liquiditätslage haben. Zu den Instrumenten der Finanzierung und Kreditlinien wird auf die Ausführungen unter den entsprechenden Bilanzpositionen verwiesen.

———— Nähere Angaben finden sich unter Nummer 30 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie unter Nummer 37 Finanzschulden.

Durch den konzerninternen Finanzausgleich (Cash-Pooling) können Konzernunternehmen die Liquiditätsüberschüsse anderer Unternehmenseinheiten nutzen, um ihren Liquiditätsbedarf zu decken. Dies verringert das Fremdfinanzierungsvolumen und somit den Zinsaufwand. 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 einzel-

nen 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 5.570 Mio. € (30.9.2015: 8.194 Mio. €) widergespiegelt.

———— Nähere Angaben über die Höhe der jeweiligen Buchwerte finden sich unter Nummer 41 Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien.

Die in den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten berücksichtigten Kassenbestände in Höhe von 115 Mio. € (30.9.2015: 105 Mio. €) unterliegen dabei keinem Ausfallrisiko.

Im Zuge des Risikomanagements von Geldanlagen in Gesamthöhe von 2.229 Mio. € (30.9.2015: 2.475 Mio. €) und derivativen Finanzinstrumenten in Gesamthöhe von 6 Mio. € (30.9.2015: 52 Mio. €) sind für alle Geschäftspartner der METRO GROUP Mindestanforderungen an die Bonität und zudem individuelle Höchstgrenzen für das Engagement festgelegt. Bei der Ermittlung der Bonitätsrisiken werden Schecks und unterwegs befindliche Gelder nicht berücksichtigt. Grundlage ist dabei eine in den Treasury-Richtlinien festgeschriebene Limitsystematik, die im Wesentlichen auf den Einstufungen internationaler Ratingagenturen, der Entwicklung des Credit Default Swap oder auf internen Bonitätsprüfungen basiert. Jedem Kontrahenten der METRO GROUP wird ein individuelles Limit zugewiesen, dessen Einhaltung fortlaufend in Treasury-Systemen überwacht wird.

In der nachfolgenden Tabelle ist eine Einteilung der Geschäftspartner in Ratingklassen dargestellt:

Ratingklassen		Volumen in %							Gesamt
		Geldanlagen							
Einstufung	Moody's	Standard & Poor's	Deutschland	Westeuropa ohne D.	Osteuropa	Asien und Übrige	Derivate mit positiven Marktwerten		
Investment-Grade	Aaa	AAA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Aa1 bis Aa3	AA+ bis AA-	0,1	0,7	1,6	13,5	0,0		
	A1 bis A3	A+ bis A-	24,2	20,0	2,9	11,5	0,1		
	Baa1 bis Baa3	BBB+ bis BBB-	1,2	9,7	6,7	2,3	0,1	94,6	
Non-Investment-Grade	Ba1 bis Ba3	BB+ bis BB-	0,1	0,7	2,3	0,0	0,0		
	B1 bis B3	B+ bis B-	0,0	0,4	0,0	0,1	0,0		
	Caa bis C	CCC bis C	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,6	
Kein Rating			0,0	0,3	1,4	0,1	0,0	1,8	
			25,6	31,8	14,9	27,5	0,2	100,0	

Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass per Stichtag rund 95 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 Länderratings 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 5 Prozent.

Die METRO GROUP ist Bonitätsrisiken somit nur in sehr geringem Maße ausgesetzt.

Risiken aus Zahlungsstromschwankungen

Verursacht durch eine Änderung des zukünftigen Zinsniveaus, können sich bei variabel verzinslichen Vermögens- beziehungsweise Schuldposten Schwankungen der Zahlungsströme einstellen. Anhand sogenannter „stress tests“ wird untersucht, welche Auswirkungen die Veränderungen des Zinsniveaus auf die Zahlungsströme haben könnten und wie sie im Einklang mit den internen Treasury-Richtlinien durch Sicherungsgeschäfte limitiert werden können.

45. Eventualverbindlichkeiten

Mio. €	30.9.2015	30.9.2016
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	14	17
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	57	52
	71	69

Bei den Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen handelt es sich im Wesentlichen um Mietgarantien mit Laufzeiten von bis zu zehn Jahren, soweit eine Inanspruchnahme nicht als gänzlich unwahrscheinlich eingeschätzt werden konnte.

46. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Nominalwert der sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum 30. September 2016 beträgt 461 Mio. € (30.9.2015: 475 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 153 Mio. €) und beinhaltet im Wesentlichen Abnahmeverpflichtungen für Dienstleistungsverträge.

Angaben zu den Erwerbsverpflichtungen für Sonstige immaterielle Vermögenswerte, Gegenstände des Sachanlagevermögens, Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen sowie für als Finanzinvestition gehaltene Immobilien finden sich unter Nummer 20 Sonstige immaterielle Vermögenswerte, Nummer 21 Sachanlagen und Nummer 22 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien.

47. Sonstige Rechtsangelegenheiten

Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf die Media-Saturn-Holding GmbH

Die METRO AG (METRO) hält mittelbar – über ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH (METRO KFH) – 78,38 Prozent der Anteile an der Media-Saturn-Holding GmbH (MSH). Im März 2011 hat die Gesellschafterversammlung der MSH zur Stärkung der Strukturen der Unternehmensführung mit den Stimmen der METRO KFH die Einrichtung eines Beirats bei der MSH beschlossen. Der Beirat entscheidet über zustimmungsbedürftige operative Maßnahmen der Geschäftsführung der MSH nach Köpfen mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Nach der Satzung der MSH hat die METRO beziehungsweise die METRO KFH das Recht, jeweils ein Beiratsmitglied mehr zu entsenden als der verbliebene Minderheitsgesellschafter und verfügt somit über die Mehrheit der Köpfe im Beirat.

Die von einem Minderheitsgesellschafter angerufene ordentliche Gerichtsbarkeit hat rechtskräftig zugunsten der METRO KFH entschieden, dass der Beirat wirksam eingerichtet und für die Fragen der Zuständigkeit und Mehrheitserfordernisse des Beirats ein Schiedsgericht zuständig ist. Das von der METRO KFH in diesem Zusammenhang angerufene Schiedsgericht hat der METRO mit Schiedsspruch vom 8. August 2012 in wesentlichen Teilen recht gegeben: Der Beirat entscheidet über die zustimmungsbedürftigen operativen Geschäfte der Geschäftsführung der MSH; ausreichend ist eine einfache Mehrheit nach Köpfen. Der Schiedsspruch wurde mit Beschluss des Oberlandesgerichts (OLG) München vom 18. Dezember 2013 für vollstreckbar erklärt. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat die hiergegen gerichtete Rechtsbeschwerde des Minderheitsgesellschafters mit Beschluss vom 16. April 2015 zurückgewiesen, sodass auch diese Entscheidung rechtskräftig ist.

Wie zuletzt im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014/15 berichtet, haben von dem Minderheitsgesellschafter entsandte Beiratsmitglieder mehrere Klagen gegen die MSH erhoben und darin Beschlüsse des Beirats der MSH angegriffen. Inzwischen sind diese Klagen endgültig zugunsten von MSH und METRO abgewiesen oder für erledigt erklärt worden.

Der Minderheitsgesellschafter hat darüber hinaus weitere Klagen gegen MSH erhoben:

Nachdem die MSH und die METRO KFH in einem von dem Minderheitsgesellschafter angestregten Verfahren in Bezug auf Beschlüsse der Gesellschafterversammlung der MSH zu einzelnen, in der Zwischenzeit bereits umgesetzten Standortmaßnahmen erstinstanzlich vor dem Landgericht (LG) Ingolstadt obsiegt hatten, hatte das OLG München der Klage in der Berufung teilweise stattgegeben. Durch Urteil vom 12. April 2016 hat der BGH das Berufungsurteil aufgehoben und zugunsten von MSH und METRO KFH das Urteil des LG Ingolstadt wieder hergestellt. Die Klage des Minderheitsgesellschafters ist damit rechtskräftig abgewiesen.

Eine Klage des Minderheitsgesellschafters, mit der die Abberufung des von METRO KFH entsandten Geschäftsführers der MSH erreicht werden soll, wurde durch das LG Ingolstadt mit Urteil vom 21. April 2015 abgewiesen. Das OLG München hat die durch den Minderheitsgesellschafter eingelegte Berufung durch Beschluss vom 2. Dezember 2015 zurückgewiesen und dabei die Revision nicht zugelassen. Am 11. Januar 2016 hat der Minderheitsgesellschafter die Nichtzulassungsbeschwerde zum BGH eingelegt. Das Verfahren wird entsprechend fortgesetzt, wobei die Erfolgsaussichten nach Ansicht von METRO gering sind. Einen Antrag des Minderheitsgesellschafters auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen den betreffenden Geschäftsführer zur Untersagung seiner Tätigkeit hatten das LG Ingolstadt und auch das OLG München als Berufungsinstanz bereits endgültig abgewiesen.

Mit einer weiteren gegen die MSH gerichteten Klage vor dem LG Ingolstadt begehrt der Minderheitsgesellschafter, dass ablehnende Beschlüsse der Gesellschafterversammlung der MSH im April 2015 zu von dem Minderheitsgesellschafter verlangten Änderungen des Gesellschaftsvertrags der MSH für nichtig erklärt und die entsprechenden Beschlussfassungen als positiv gefasst festgestellt werden. Die Änderungen betreffen Zuständigkeiten der Gesellschafterversammlung. Mit Urteil vom 16. Februar 2016 hat das LG Ingolstadt die Klage abgewiesen. Gegen das Urteil hat der Minderheitsgesellschafter am 16. März 2016 Berufung eingelegt. Mit Beschluss vom 13. September 2016 hat das OLG München die Berufung zurückgewiesen.

Ein weiterer Antrag des Minderheitsgesellschafters beim LG Ingolstadt auf Erlass einer einstweiligen Verfügung, mit dem dieser die vorläufige Untersagung einer Maßnahme der Geschäftsführung anstrebte, wurde mit Urteil vom 13. August 2015 rechtskräftig zurückgewiesen. Mit Urteil vom 5. April 2016 hat das LG Ingolstadt einer von der METRO KFH vor dem

LG Ingolstadt erhobene Klage stattgegeben, welche Gesellschafterbeschlüsse, unter anderem betreffend die vorgenannte Maßnahme der Geschäftsführung, zum Gegenstand hatte, die in einer nach dem Gesellschaftsvertrag der MSH schon nicht beschlussfähigen und überdies nach Auffassung von METRO in Bezug auf die Maßnahme der Geschäftsführung auch nicht zuständigen Gesellschafterversammlung – allein durch den Minderheitsgesellschafter gefasst wurden. Gegen das Urteil hat der Minderheitsgesellschafter am 9. Juni 2016 Berufung eingelegt. Das Verfahren wird entsprechend fortgesetzt. Die Erfolgsaussichten der Berufung sind nach Ansicht von METRO gering.

Mit einer weiteren Klage vor dem LG Ingolstadt begehrt die METRO KFH die Feststellung der Nichtigkeit eines vermeintlichen Beschlusses der Gesellschafterversammlung der MSH im Dezember 2015 zur Weiterbeschäftigung ausscheidender Geschäftsführer der MSH in anderer Position. Mit Urteil des LG Ingolstadt vom 29. April 2016 wurde der Klage von METRO KFH stattgegeben. Gegen das Urteil hat der Minderheitsgesellschafter am 10. Mai 2016 Berufung eingelegt. Das Verfahren wird entsprechend fortgesetzt. Die Erfolgsaussichten der Berufung sind nach Ansicht von METRO gering.

Einen weiteren Antrag des Minderheitsgesellschafters auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen den von METRO KFH entsandten Geschäftsführer der MSH, mit dem der Minderheitsgesellschafter erneut die Untersagung der Tätigkeit des betreffenden Geschäftsführers anstrebte, hat das LG Ingolstadt durch Urteil vom 8. März 2016 zurückgewiesen. Gegen das Urteil hat der Minderheitsgesellschafter am 15. März 2016 Berufung eingelegt. Mit Beschluss vom 26. Juli 2016 hat das OLG München die Berufung rechtskräftig zurückgewiesen. Im Hauptsacheverfahren verfolgt der Minderheitsgesellschafter die Abberufung des von METRO KFH entsandten Geschäftsführers der MSH mit einer weiteren am 28. Januar 2016 gegen die MSH vor dem LG Ingolstadt erhobenen Anfechtungs- und Nichtigkeits- sowie positiven Beschlussfeststellungsklage, welche ablehnende Beschlüsse der Gesellschafterversammlung der MSH im Dezember 2015 zum Gegenstand hat, mit denen der Minderheitsgesellschafter die Abberufung und Suspendierung des betreffenden Geschäftsführers verlangt hatte. Die Erfolgsaussichten der Klage sind nach Ansicht von METRO gering.

Mit einer weiteren am 10. Februar 2016 gegen die MSH erhobenen Beschlussmängelklage vor dem LG Ingolstadt, die

weitere ebenfalls ablehnende Beschlüsse der Gesellschafterversammlung der MSH im Dezember 2015 zum Gegenstand hat, begehrt der Minderheitsgesellschafter, dass gegen die Geschäftsführung der MSH nach Ansicht des Minderheitsgesellschafters bestehende Schadenersatzansprüche wegen vermeintlicher Pflichtverletzungen geltend gemacht werden. Die Klage hat das LG Ingolstadt mit Urteil vom 18. November 2016 abgewiesen.

Zudem wird auf die Informationen im zusammengefassten Lagebericht – Risiko- und Chancenbericht verwiesen.

Untersuchung des Bundeskartellamts

Am 14. Januar 2010 durchsuchte das Bundeskartellamt – wie zuletzt im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014/15 berichtet – ehemalige Geschäftsräume der MGB METRO Group Buying GmbH. Am 19. Dezember 2011 hatte das Bundeskartellamt die Untersuchung auf die METRO AG, die METRO Cash & Carry International GmbH und die METRO Dienstleistungs-Holding GmbH ausgeweitet sowie sachlich erweitert. Diese Ausweitung resultierte aus der Tatsache, dass die MGB METRO Group Buying GmbH im Rahmen der Dezentralisierung des Zentraleinkaufs in Deutschland auf die METRO Dienstleistungs-Holding GmbH verschmolzen wurde. Dies nahm das Bundeskartellamt – wie berichtet – zum Anlass, die Untersuchung auf die Mutter- beziehungsweise Konzernobergesellschaft auszuweiten, um der Gefahr zu begegnen, dass der Verfahrensgegner infolge gesellschaftsrechtlicher Umstrukturierung wegfällt. Die Behörde hatte für einen Teilkomplex das Verfahren bereits ohne Weiteres eingestellt. Zwei weitere Teilkomplexe wurden mit der Behörde einvernehmlich durch Vergleiche gegen Bußgeldzahlung beigelegt. Der letzte verbliebene Teilkomplex wurde im Jahr 2016 ebenfalls mit der Behörde durch Vergleich beigelegt.

Betriebsprüfung im Ausland

Im Jahr 2011 kam es bei einer ausländischen Konzerngesellschaft im Zusammenhang mit einer Betriebsprüfung aus dem Jahr 2006 zu einer Ertragsteuernachzahlung im zweistelligen Millionenbereich. Wie berichtet befand sich die Gesellschaft in einem Rechtsstreit über die Rechtmäßigkeit des Steuerbescheids. Dieser Rechtsstreit wurde am 6. April 2016 rechtskräftig zugunsten der METRO-Konzerngesellschaft entschieden. Die gegen den Berater parallel geltend gemachten Regressansprüche haben sich damit nach Rückzahlung der zu Unrecht erhobenen Steuern weitgehend erledigt.

Schadenersatzansprüche wegen kartellrechtswidriger Interbankenentgelte

Gesellschaften der METRO GROUP haben bei einem Londoner Gericht eine Klage gegen Gesellschaften von Mastercard eingereicht. Mit der Klage werden Schadenersatzansprüche auf der Basis der Entscheidung der EU-Kommission geltend gemacht, die festgestellt hat, dass im Zeitraum zwischen 1992 und 2007 die von Mastercard als Teil ihres Zahlkartensystems festgelegten grenzüberschreitenden Interbankenentgelte, die auch bei der Festlegung von nationalen Interbankenentgelten eine Rolle spielten, gegen europäisches Kartellrecht verstoßen haben. Traditionell werden Interbankenentgelte als Teil der Händlergebühren von der Händlerbank an den Händler weiterbelastet.

Übrige Rechtsangelegenheiten

Darüber hinaus sind Gesellschaften der METRO GROUP Partei beziehungsweise Beteiligte in weiteren gerichtlichen und schiedsgerichtlichen Klageverfahren sowie Kartellverfahren in diversen europäischen Ländern. Dazu gehören auch die Ermittlungen der EU-Kommission gegen die Media-Saturn-Unternehmensgruppe und die Redcoon GmbH, die mit Durchsuchungen wegen des Verdachts auf wettbewerbsbeschränkende Abreden mit Lieferanten 2013 beziehungsweise 2015 eingeleitet wurden. Für diese Verfahren wurde, sofern die Verpflichtung hinreichend konkretisiert ist, eine angemessene Risikovorsorge gebildet.

Des Weiteren sieht sich die METRO GROUP in einigen Ländern zunehmend regulatorischen Strömungen im Zusammenhang mit dem Beschaffungswesen sowie der geänderten Auslegung umsatzsteuerlicher Regelungen ausgesetzt.

48. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2016) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (22. November 2016) ist folgender Sachverhalt eingetreten, der für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung ist:

Real hat Mitte Oktober 2016 Details zur strategischen Neuausrichtung bekannt gegeben. In diesem Zusammenhang erfolgt eine Reorganisation und Restrukturierung der Verwaltungsbereiche. Dazu werden die Zentralfunktionen in absehbarer Zeit am Standort Düsseldorf zusammengelegt. Im Zuge der Reorganisation werden in einem Zeitraum von 18 Monaten bis zu 500 Vollzeitstellen abgebaut. Real rechnet mit Restrukturierungskosten in mittlerer zweistelliger Millionenhöhe. Aus der Einführung des neuen Hybrid-Store-Konzepts, die auch mit

einer deutlichen Erhöhung der Servicequalität einhergeht, wird erwartet, dass in den nächsten fünf Jahren bis zu 3.000 neue Arbeitsplätze entstehen.

49. Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Die METRO GROUP hatte im Geschäftsjahr 2015/16 zu nahestehenden Unternehmen folgende Geschäftsbeziehungen:

Mio. €	2014/15	2015/16
Erbrachte Leistungen	0	0
davon an assoziierte Unternehmen	(0)	(0)
Erhaltene Leistungen	80 ¹	87
davon von assoziierten Unternehmen	(65) ¹	(72)
Forderungen aus erbrachten Leistungen	0	0
Verbindlichkeiten aus erhaltenen Leistungen	2	1

¹ Geänderter Ausweis gegenüber dem Vorjahr

Unternehmen der METRO GROUP erbrachten im Geschäftsjahr 2015/16 keine Leistungen an Unternehmen, die dem Kreis der nahestehenden Unternehmen zuzurechnen sind.

Die Leistungen in Höhe von 87 Mio. € (2014/15: 80 Mio. €), die Unternehmen der METRO GROUP im Geschäftsjahr 2015/16 von nahestehenden Unternehmen erhalten haben, bestanden in Höhe von 78 Mio. € (2014/15: 71 Mio. €) aus der Vermietung von Immobilien (davon 72 Mio. € von assoziierten Unternehmen; 2014/15: 65 Mio. €) und in Höhe von 9 Mio. € (2014/15: 9 Mio. €) aus der Erbringung von Dienstleistungen. Die von assoziierten Unternehmen in den kommenden Jahren zu erhaltenden Vermietungsleistungen werden in vergleichbarer Höhe erwartet und sind in den Angaben zu Leasingverhältnissen unter Nummer 21 enthalten.

Die Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Unternehmen sind vertraglich vereinbart und entsprechen Marktkonditionen. Im Geschäftsjahr 2015/16 bestanden wie im Geschäftsjahr 2014/15 keine Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden natürlichen Personen.

———— Die Grundzüge des Vergütungssystems und die Höhe der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sind unter Nummer 51 Vorstand und Aufsichtsrat aufgeführt.

50. Long-Term Incentive der Führungskräfte

Die METRO AG unterhält seit 1999 Long-Term Incentive-Programme, um die oberen Führungskräfte an der Wertentwicklung des Unternehmens zu beteiligen und ihren Beitrag zum nachhaltigen Erfolg der METRO GROUP im Vergleich zum

Wettbewerb zu honorieren. Der bezugsberechtigte Personenkreis umfasst die Mitglieder des Vorstands und die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP.

Long-Term Incentive METRO Cash & Carry (MCC LTI)

Für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry wurde ein Long-Term Incentive entwickelt, das spezifisch auf das New Operating Model zugeschnitten ist und erstmalig im Geschäftsjahr 2015/16 an die oberen Führungskräfte sowie die Geschäftsführungsorgane der METRO Cash & Carry Gesellschaften an Stelle des Sustainable Performance Plan Version 2014 ausgegeben wird. Hierbei handelt es sich um einen zyklischen Plan, der alle drei Jahre begeben wird. Die jeweiligen Erfolgsziele rücken dabei die Wertgenerierung in den einzelnen Landesgesellschaften sowie ihre nachhaltige Entwicklung und Zukunftsausrichtung in den Vordergrund der Erfolgsmessung. Die Performance-Periode des MCC LTI läuft vom 1. April 2016 bis zum 31. März 2019. In diesem Zeitraum werden die individuellen Zielbeträge ratierlich aufgebaut. Der final am Ende der Performance-Periode aufgebaute Zielbetrag richtet sich nach der Dauer der Teilnahmeberechtigung am MCC LTI sowie der innegehaltenen Position.

Der Auszahlungsbetrag wird nach Ablauf der Performance-Periode durch Multiplikation des jeweils aufgebauten individuellen Zielbetrags mit einem Gesamtzielerreichungsfaktor ermittelt. Dieser Faktor setzt sich zu je 45 Prozent aus der Zielerreichung der Komponenten Past Performance sowie Future Value und zu 10 Prozent aus der Zielerreichung der Nachhaltigkeitskomponente zusammen. Der Auszahlungsbetrag ist nach oben begrenzt, wobei der Gesamtzielerreichungsfaktor nicht unter null fallen kann. Bei den Komponenten Past Performance und Future Value ist für die Berechtigten aus den Landesgesellschaften jeweils der Erfolg/Wertzuwachs der jeweiligen METRO Cash & Carry Landesgesellschaft maßgeblich, für die weiteren Bezugsberechtigten grundsätzlich der Gesamterfolg der Vertriebslinie.

Die Komponente **Past Performance** honoriert das Erreichen interner wirtschaftlicher Zielvorgaben und wird anhand der internen Kennzahl EBITDA nach Sonderfaktoren ermittelt, das kumuliert in den Geschäftsjahren 2015/16 bis 2017/18 erzielt wird, wobei jeweils ein Zielwert für einen Zielerreichungsfaktor von 1,0 sowie 0,0 definiert wurde. Zwischen den beiden Werten und darüber hinaus berechnet sich die Zielerreichung mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkom-

mastellen. Der Zielerreichungsfaktor für die Komponente Past Performance kann nicht unter null fallen und ist nach oben begrenzt.

Die Komponente **Future Value** spiegelt die externe Bewertung von METRO Cash & Carry bezogen auf den erwarteten zukünftigen Erfolg der jeweiligen Landesgesellschaft sowie der Vertriebslinie insgesamt aus Analystensicht wider. Für die Zielsetzung wurde vor Beginn der Performance-Periode der Unternehmenswert der Vertriebslinie METRO Cash & Carry aus den Bewertungen von Analysten abgeleitet. Diese Ermittlung erfolgt erneut mit dem Ende der Performance-Periode. Aus den jeweiligen Unternehmenswerten der Vertriebslinie wird wiederum der Unternehmenswert der Landesgesellschaften abgeleitet, wobei jeweils ein Zielwert für einen Zielerreichungsfaktor von 1,0 sowie 0,0 definiert wurde. Zwischen den beiden Werten und darüber hinaus berechnet sich die Zielerreichung mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen. Der Zielerreichungsfaktor für die Komponente Future Value kann nicht unter null fallen und ist nach oben begrenzt.

Die Performance-Zielerreichung für die **Nachhaltigkeitskomponente** bestimmt sich nach dem Durchschnittsrang, den die METRO AG (beziehungsweise im Fall des Wirksamwerdens der Abspaltung: die aus der METRO AG abgespaltene Wholesale & Food Specialist-Einheit) während der Performance-Periode in einem extern durchgeführten Corporate Sustainability Assessment erreicht. Die METRO AG nimmt in jedem Jahr der Performance-Periode am Corporate Sustainability Assessment, das von dem unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird, teil. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food & Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Ändert sich die Branchengruppen-Zuordnung der METRO AG, informiert die RobecoSAM AG darüber. Sollte sich die Zusammensetzung der Unternehmen oder die Methodik des Rankings wesentlich verändern, kann die RobecoSAM AG adäquate Vergleichswerte ermitteln.

Aus den während der Performance-Periode mitgeteilten Rängen wird der Durchschnittsrang – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen – berechnet. Abhängig vom Durchschnitt über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente.

Der Zielbetrag für den berechtigten Personenkreis zum 30. September 2016 betrug 28,1 Mio. €.

Der Wert des im Geschäftsjahr 2015/16 zugeteilten METRO Cash & Carry Long-Term Incentive Plans betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 35,9 Mio. € und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan Version 2014 (2014/15–2017/18)

Nachdem im Geschäftsjahr 2013/14 die erste Tranche des Sustainable Performance Plan begeben wurde, wurde eine Anpassung des Sustainable Performance Plan ab dem Geschäftsjahr 2014/15 beschlossen: der sogenannte Sustainable Performance Plan Version 2014 mit einer Planlaufzeit von vier Tranchen bis zum Geschäftsjahr 2017/18. Für die Tranche 2014/15 des Sustainable Performance Plan Version 2014 gilt eine dreijährige Performance-Periode, ab der Tranche 2015/16 beträgt die Performance-Periode vier Jahre.

Für die Bezugsberechtigten wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgelegt. Der Auszahlungsbetrag ergibt sich durch Multiplikation des Zielbetrags mit dem Faktor der Gesamtzielerreichung. Dieser berechnet sich durch Ermittlung der jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundeten Zielerreichungsfaktoren für jedes der drei Erfolgsziele. Das arithmetische Mittel der Faktoren, ebenfalls auf zwei Nachkommastellen gerundet, ergibt den Gesamtzielerreichungsfaktor. Der Auszahlungsbetrag ist auf maximal 250 Prozent des Zielbetrags begrenzt (Auszahlungscap). Für den Fall der Beendigung der Tätigkeit sind gesonderte Regelungen zur Auszahlung von Tranchen vereinbart.

Der Sustainable Performance Plan Version 2014 beruht auf den drei Erfolgszielen:

- Aktienrendite / Total Shareholder Return (TSR),
- Nachhaltigkeit und
- Ergebnis pro Aktie / Earnings per Share (EPS).

Für die Berechnung des Zielerreichungsfaktors der **TSR-Komponente**, die daran gemessen wird, wie sich die Aktienrendite der METRO-Stammaktie im Performance-Zeitraum relativ zu einem definierten Vergleichsindex entwickelt, werden über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung der METRO AG im Gewährungszeitraum die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird der arithmetische Durchschnitt

gebildet, der sogenannte Anfangskurs. Am 41. Börsenhandelstag nach der ordentlichen Hauptversammlung beginnt die Performance-Periode für die jeweilige Tranche. Wiederum über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung drei Jahre beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier Jahre nach Ermittlung des Anfangskurses und Begebung der jeweiligen Tranche werden die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird erneut der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Endkurs. Dabei berechnet sich der TSR aus der Veränderung des METRO-Aktienkurses und der Summe der hypothetisch reinvestierten Dividenden über die Performance-Periode in Relation von Endkurs zu Anfangskurs als Prozentsatz.

Der so errechnete METRO-TSR wird mit dem TSR des STOXX Europe 600 Retail Index (Index-TSR) in der Performance-Periode verglichen und der Faktor für die Berechnung der TSR-Komponente wie folgt ermittelt:

- Ist der METRO-TSR identisch mit dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 1,0,
- liegt der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte oder mehr unter dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 0,0,
- ist der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte größer als der Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 30 Prozentpunkten berechnet sich der TSR-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Für die Ermittlung des Zielerreichungsfaktors der **Nachhaltigkeitskomponente** nimmt die METRO AG in jedem Jahr der drei- beziehungsweise vierjährigen Performance-Periode des Sustainable Performance Plans Version 2014 am Corporate Sustainability Assessment teil, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food and Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Dieser Rang dient S&P Dow Jones Indices als Entscheidungsgrundlage für die Aufnahme in seine Dow Jones Sustainability Indices (DJSI). Jedes Jahr wird die METRO AG von der RobecoSAM AG über ihren entsprechenden Rang informiert. Aus den drei beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier während der Performance-Periode von der RobecoSAM AG mitgeteilten Rängen je Tranche wird der Durchschnitt – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen –

ermittelt. Abhängig vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente.

Für die im Sustainable Performance Plan Version 2014 eingeführte **EPS-Komponente** ermittelt sich der Zielerreichungsfaktor wie folgt: Im Regelfall wird zu Beginn des Geschäftsjahres ein EPS-Zielwert (vor Sonderfaktoren) für das dritte beziehungsweise vierte Jahr der EPS-Performance-Periode, eine untere Schwelle/Einstiegshürde sowie eine obere Schwelle für 200 Prozent Zielerreichung beschlossen. Der tatsächlich erreichte EPS-Wert der Performance-Periode wird mit den beschlossenen Werten verglichen und der Faktor für die Berechnung der EPS-Komponente wie folgt ermittelt:

- Wird der EPS-Zielwert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 1,0,
- wird lediglich die untere Einstiegshürde oder ein darunter liegender Wert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 0,0,
- bei einer Zielerreichung von 200 Prozent beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 200 Prozent berechnet sich der EPS-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Sustainable Performance Plan (2013/14)

Nachdem im Rumpfgeschäftsjahr 2013 die letzte Tranche des Performance Share Plan begeben wurde, wurde im Geschäftsjahr 2013/14 die Tranche des Sustainable Performance Plans ausgegeben.

Für die Bezugsberechtigten wurde zunächst ein Zielbetrag in Euro festgesetzt. Er ist zu 75 Prozent abhängig von der TSR-Komponente und zu 25 Prozent von der Nachhaltigkeitskomponente.

Die Berechnung der **TSR-Komponente** folgt der für den Sustainable Performance Plan Version 2014 beschriebenen Systematik; der Faktor für die TSR-Komponente beträgt jedoch maximal 3,0 (Cap). Ferner gilt die folgende zusätzliche Bedingung, sofern der TSR-Faktor positiv ist: Eine Auszahlung von 75 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem TSR-Faktor erfolgt nur dann, wenn der ermittelte Endkurs der METRO-Aktie nicht kleiner ist als der Anfangskurs. Ist diese Bedingung nicht erfüllt, wird der errechnete Betrag zunächst nicht ausbezahlt. Ein Anspruch auf Auszahlung besteht in diesem Fall erst

dann, wenn innerhalb von drei Jahren nach Ablauf der Performance-Periode der Xetra-Schlusskurs der METRO-Stammaktie über 40 aufeinanderfolgende Börsenhandelstage größer oder gleich dem Anfangskurs ist. Wird diese Bedingung nicht innerhalb der drei Jahre nach Ablauf der Performance-Periode erfüllt, erfolgt keine Auszahlung der TSR-Komponente der Tranche.

Für die Ermittlung des Faktors der **Nachhaltigkeitskomponente** gilt ebenfalls die beschriebene Systematik des Sustainable Performance Plan Version 2014, wobei sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente in Abhängigkeit vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt.

Dabei gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 25 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem Nachhaltigkeitsfaktor erfolgt nur unter der Bedingung, dass der Rang der METRO AG in keinem Jahr der Performance-Periode mehr als zwei Ränge geringer ist als der letzte veröffentlichte Rang vor Begebung der Tranche, sonst beträgt der Faktor aus der Nachhaltigkeitskomponente null. Die Obergrenze der Auszahlung (Cap) für die Nachhaltigkeitskomponente liegt beim Dreifachen des Zielbetrags.

Der Wert der im Geschäftsjahr 2015/16 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 24 Mio. € (Vorjahr Sustainable Performance Plan: 41 Mio. €) und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan / Sustainable Performance Plan Version 2014			
Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag zum 30.9.2016
2013/14	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	7.572.593 €
2014/15	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	31,69 €	26.915.001 €
2015/16	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, vier Jahre nach Begebung der Tranche	25,53 €	14.570.000 €

Performance Share Plan (2009–2013)

Im Jahr 2009 hat die METRO AG einen auf fünf Jahre angelegten Performance Share Plan eingeführt, dessen letzte Tranche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgegeben wurde. Die Bezugsberechtigten erhielten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag für den Performance Share Plan (Zielwert). Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wurde der Zielwert durch den Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich war dabei der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Zuteilungszeitpunkt. Ein Performance Share berechtigt zu einer Barauszahlung in Euro in Höhe des Kurses der METRO-Aktie zum Auszahlungszeitpunkt. Auch hier ist der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Auszahlungszeitpunkt maßgeblich.

In Abhängigkeit von der relativen Performance der METRO-Aktie im Vergleich zum Mittelwert aus den Aktienindizes DAX 30 und 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 Berechtigten haben die Wahl, zu welchem dieser Zeitpunkte sie ihre Performance Shares ausüben möchten. Eine Aufteilung auf mehrere Auszahlungszeitpunkte ist nicht möglich. Die Obergrenze der Auszahlung (Cap) liegt beim Fünffachen des Zielwerts.

Mit dem Performance Share Plan wurden zugleich sogenannte Share Ownership Guidelines eingeführt: Als Voraussetzung für die Auszahlung der Performance Shares sind die Berechtigten verpflichtet, bis zum Ablauf der dreijährigen Sperrfrist ein eigenfinanziertes Investment in METRO-Aktien aufzubauen und zu halten. Dadurch partizipieren sie als Aktionäre unmittelbar an Kursanstiegen, aber gegebenenfalls auch an Kursverlusten

der METRO-Aktie. Das zu haltende Volumen beträgt in der Regel circa 50 Prozent des individuellen Zielwerts.

Performance Share Plan

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares zum 30.9.2016
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	Verfallen
2011	August 2014	41,73 €	Verfallen
2012	April 2015	29,18 €	Verfallen
2013	April 2016	22,84 €	162.216

Die Tranche 2013, deren Sperrfrist im April 2016 endete, wurde im Geschäftsjahr 2015/16 von 192 Personen mit einer Anzahl von 507.436 Performance Shares ausgeübt.

Aus den laufenden Tranchen anteilsbasierter Vergütungsprogramme ist ein Aufwand in Höhe von 28 Mio. € (2014/15: 7 Mio. €) angefallen.

Die mit den Programmen in Zusammenhang stehenden Rückstellungen zum 30. September 2016 betragen 40 Mio. € (30.9.2015: 21 Mio. €). Davon betreffen 4 Mio. € (30.9.2015: 11 Mio. €) die Tranche 2013, 7 Mio. € (30.9.2015: 4 Mio. €) die Tranche 2013/14, 21 Mio. € die Tranche 2014/15 (Vorjahr 30.9.2015: 6 Mio. €) und 8 Mio. € die Tranche 2015/16.

51. Vorstand und Aufsichtsrat

Vergütung der Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2015/16

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands setzt sich im Wesentlichen zusammen aus der Grundvergütung, der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung (Short-Term Incentive und Sonderprämien) sowie der im Geschäftsjahr 2015/16 gewährten erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive).

Das Short-Term Incentive der Mitglieder des Vorstands wird im Wesentlichen durch die Entwicklung der Erfolgsziele EBIT, RoCE und flächenbereinigtes Umsatzwachstum bestimmt und berücksichtigt darüber hinaus die Erreichung individuell gesetzter Ziele.

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2015/16 beträgt 19,7 Mio. € (2014/15: 21,7 Mio. €). Davon entfallen 4,6 Mio. € (2014/15: 4,0 Mio. €) auf die Grund-

vergütung, 4,7 Mio. € (2014/15: 10,0 Mio. €) auf die kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung, 10,1 Mio. € (2014/15: 7,5 Mio. €) auf die erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung und 0,3 Mio. € (2014/15: 0,2 Mio. €) auf sonstige Vergütungen.

Die im Geschäftsjahr 2015/16 gewährte erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Sustainable Performance Plan Version 2014) ist mit dem Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung angegeben. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen erfolgsabhängiger Vergütungsprogramme mit langfristiger Anreizwirkung ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 2,26 Mio. €, betreffend Herrn Boone 0,30 Mio. €, betreffend Herrn Haas 1,58 Mio. € und betreffend Herrn Frese und Herrn Hutmacher jeweils 1,45 Mio. €.

Der Zielbetrag der Tranche 2015/16 für die Mitglieder des Vorstands beträgt 6,2 Mio. €.

Die sonstigen Vergütungen entfallen auf geldwerte Vorteile aus Sachbezügen.

Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands

Für frühere Mitglieder des Vorstands der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie ihre Hinterbliebenen wurden Leistungen in Höhe von 3,4 Mio. € (2014/15: 3,4 Mio. €) erbracht. Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen für diese Personengruppe beträgt 53,2 Mio. € (30.9.2015: 49,5 Mio. €).

—— Die Angaben gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 a Satz 5 bis 8 HGB finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Vergütungsbericht.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Die Gesamtvergütung sämtlicher Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2015/16 beträgt 2,1 Mio. € (2014/15: 1,8 Mio. €).

—— Weitere Angaben zur Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Vergütungsbericht.

52. Honorare des Konzernabschlussprüfers

Für die erbrachten Dienstleistungen des Abschlussprüfers KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist das unten stehende Gesamthonorar berechnet worden.

Mio. €	2014/15	2015/16
Abschlussprüfung	9	9
Sonstige Bestätigungs- oder Prüfungsleistungen	1	2
Steuerberatungsleistungen	1	0
Sonstige Leistungen	2	3
	13	14

Es wurden ausschließlich Leistungen erbracht, die mit der Tätigkeit als Abschlussprüfer des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses der METRO AG vereinbar sind.

53. Entsprechenserklärung zum

Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2014 und im September 2015 Erklärungen gemäß § 161 AktG zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex abgegeben und auf der Homepage der METRO AG www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich gemacht.

54. Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 beziehungsweise 264 b HGB

Nachfolgende inländische Tochtergesellschaften in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft beziehungsweise Personengesellschaft werden die Befreiungsvorschriften gemäß § 264 Abs. 3 und § 264 b HGB nutzen und deshalb auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen 2015 verzichten sowie überwiegend auch auf die Erstellung des (HGB-)Anhangs und Lageberichts.

a) Operative Gesellschaften und Serviceeinheiten	
cc delivery gmbh	Kelsterbach
CCG DE GmbH	Kelsterbach
DAYCONOMY GmbH	Düsseldorf
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf
HoReCa Digital GmbH	Düsseldorf
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf
Liqueur & Wine Trade GmbH	Düsseldorf
MCC Trading Deutschland GmbH	Düsseldorf
MCC Trading International GmbH	Düsseldorf
Meister feines Fleisch – feine Wurst GmbH	Gäufelden
METRO Achtzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH	Düsseldorf
METRO Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf
METRO Consumer Electronics Zwischenholding GmbH & Co. KG	Düsseldorf
METRO Consumer Electronics Zwischenholding Management GmbH	Düsseldorf
METRO Dienstleistungs-Holding GmbH	Düsseldorf
METRO Dreizehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Ingolstadt
METRO Erste Erwerbgesellschaft mbH	Düsseldorf
Metro Finanzdienstleistungs Pensionen GmbH	Düsseldorf
METRO FSD 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	Wörrstadt
METRO Innovations Holding GmbH	Düsseldorf
METRO INTERNATIONAL SUPPLY GmbH	Düsseldorf
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf
METRO LOGISTICS Services GmbH	Düsseldorf
METRO Re AG	Düsseldorf
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Esslingen am Neckar
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Linden
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 Wholesale & Food Services Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG	Düsseldorf
METRO Wholesale & Food Services Vermögensverwaltung Management GmbH	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
MIP METRO Holding Management GmbH	Düsseldorf
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf
N & NF Trading GmbH	Düsseldorf
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf
Petit RUNGIS express GmbH	Meckenheim
real,- Digital Fulfillment GmbH	Düsseldorf
real,- Digital Services GmbH	Düsseldorf
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf
real,- Handels GmbH	Düsseldorf
real,- Holding GmbH	Düsseldorf
real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf
Retail Media Group GmbH	Düsseldorf
RUNGIS express GmbH	Meckenheim
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf

b) Immobiliengesellschaften

2. Schaper Objekt GmbH & Co. Kiel KG	Düsseldorf
ADAGIO 2. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ADAGIO 3. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ADAGIO Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Adolf Schaper GmbH & Co. Grundbesitz-KG	Düsseldorf
AIB Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
ARKON Grundbesitzverwaltung GmbH	Düsseldorf
ASH Grundstücksverwaltung XXX GmbH	Düsseldorf
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf
ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
BAUGRU Immobilien - Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung & Co. Grundstücksverwaltung KG	Düsseldorf
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
DFI Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs - Kommanditgesellschaft	Düsseldorf
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Düsseldorf
GKF 6. Objekt Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Donaueschingen KG	Düsseldorf
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Köln-Porz KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Norden KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schaper Bremen-Habenhäuser KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wolfenbüttel KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 10. Objekt-KG	Düsseldorf

GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 25. Objekt-KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 8. Objekt-KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Arrondierungsgrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Entwicklungsgrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Gewerbegrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bochum Otto Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Braunschweig Hamburger Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brühl KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Edingen-Neckarhausen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Espelkamp KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Finowfurt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Göttingen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Neuwiedenthal KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamm KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover / Davenstedter Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover Fössestraße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Linden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Heinsberg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herten KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hildesheim-Senking KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hörselgau KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kulmbach KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach ZV II KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach-Rheydt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Münster-Kinderhaus KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn „Südring Center“ KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Pfarrkirchen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rastatt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Saar-Grund KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden-Nordenstadt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wülfrath KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekte Amberg und Landshut KG	Düsseldorf
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf
Immobilien-Vermietungsgesellschaft von Quistorp GmbH & Co. Objekt Altlandsberg KG	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstädt KG	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf
KUPINA Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin-Friedrichshain KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Altona KG	Düsseldorf

MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt München-Pasing KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Porta-Westfalica KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schwelm KG	Düsseldorf
MDH Secundus GmbH & Co. KG	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
METRO Group Asset Management Services GmbH	Düsseldorf
METRO Group Retail Real Estate GmbH	Düsseldorf
METRO Group Wholesale Real Estate GmbH	Düsseldorf
Metro International Beteiligungs GmbH	Düsseldorf
METRO Leasing GmbH	Düsseldorf
METRO Leasing Objekt Schwerin GmbH	Düsseldorf
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf
METRO PROPERTIES Holding GmbH	Düsseldorf
METRO Services GmbH	Düsseldorf
MTE Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Duisburg oHG	Düsseldorf
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Detmold KG	Düsseldorf
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Eschweiler KG	Düsseldorf
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Germersheim KG	Düsseldorf
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Langendreer KG	Düsseldorf
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Moers KG	Düsseldorf
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Neunkirchen KG	Düsseldorf
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Rendsburg KG	Düsseldorf
PIL Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
Pro. FS GmbH	Düsseldorf
Renate Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
RUDU Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
RUTIL Verwaltung GmbH & Co. SB-Warenhaus Bielefeld KG	Düsseldorf
Schaper Grundbesitz-Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf
STW Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
TIMUG Verwaltung GmbH	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH & Co. Objekt Herford KG	Düsseldorf
Wolfgang Wirichs GmbH	Düsseldorf
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Mutterstadt KG	Düsseldorf
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Osnabrück KG	Düsseldorf
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekte Niedersachsen KG	Düsseldorf

55. Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften

Name	Sitz	Konzernanteile in %	Umsatzerlöse ¹ Mio. €
Holdinggesellschaften			
METRO AG	Düsseldorf, Deutschland		0
METRO Wholesale & Food Specialist GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
METRO Cash & Carry			
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	4.745
METRO Cash & Carry France S.A.S.	Nanterre, Frankreich	100,00	4.150
METRO Cash & Carry 000	Moskau, Russland	100,00	3.042
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	90,00	2.635
METRO Italia Cash and Carry S. p. A.	San Donato Milanese, Italien	100,00	1.749
Makro Cash and Carry Polska S.A.	Warschau, Polen	100,00	1.461
Makro Autoservicio Mayorista S. A. U.	Madrid, Spanien	100,00	1.228
Metro Grosmarket Bakirköy Alisveris Hizmetleri Ticaret Ltd. Sirketi	Istanbul, Türkei	100,00	1.181
MAKRO Cash & Carry CR s.r.o.	Prag, Tschechien	100,00	1.043
MAKRO Cash & Carry Belgium NV	Wommelgem, Belgien	100,00	961
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest, Rumänien	100,00	911
METRO Distributie Nederland B. V.	Amsterdam, Niederlande	100,00	881
Real			
real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	7.486
Media-Saturn			
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	78,38	10.007
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	78,38	2.084
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	78,38	1.895
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	78,38	1.573
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	78,38	1.139
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o	Warschau, Polen	78,38	990
MEDIA MARKT-SATURN BELGIUM NV	Asse-Zellik, Belgien	78,38	682
Sonstige Gesellschaften			
MGB METRO Group Buying HK Limited	Hongkong, China	100,00	39
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	99,51	0
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
MIAG Commanditaire Vennootschap	Amsterdam, Niederlande	100,00	0

¹Inklusive einbezogener nationaler Tochtergesellschaften

56. Organe der METRO AG und ihre Mandate

Mitglieder des Aufsichtsrats¹

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender, seit 19. Februar 2016)

Vorsitzender des Aufsichtsrats der METRO AG

- a) Ewald Dörken AG
Big Dutchman AG, seit 28. April 2016
- b) Barry Callebaut AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat
(Vizepräsident, bis 9. Dezember 2015)
Lonza Group AG, Basel, Schweiz – Verwaltungsrat

Franz M. Haniel (Vorsitzender, bis 19. Februar 2016)

Bis 19. Februar 2016

Vorsitzender des Aufsichtsrats der Franz Haniel & Cie. GmbH

- a) BMW AG
Delton AG (stellv. Vorsitzender)
Franz Haniel & Cie. GmbH (Vorsitzender)
Heraeus Holding GmbH
- b) TBG Limited, St. Julian's, Malta – Board of Directors

Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)

Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der
real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) real,- SB-Warenhaus GmbH (stellv. Vorsitzender)
Hamburger Pensionskasse von 1905 Versicherungsverein
auf Gegenseitigkeit, seit 21. September 2016
- b) Keine

Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner

Inhaberin der Professur für Entrepreneurial Finance und
wissenschaftliche Co-Direktorin des Center for
Entrepreneurial and Financial Studies (CEFS)
an der Technischen Universität München

- a) Deutsche Börse Aktiengesellschaft, seit 11. Mai 2016
Linde Aktiengesellschaft
Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
- b) Engie S.A., Paris, Frankreich – Verwaltungsrat

Gwyn Burr

Mitglied des Board of Directors der Hammerson plc,
London, Großbritannien

- a) Keine
- b) DFS Furniture plc, Doncaster, South Yorkshire,
Großbritannien – Board of Directors
Hammerson plc, London, Großbritannien –
Board of Directors
Just Eat plc, London, Großbritannien – Board of Directors
Sainsbury's Bank plc, London, Großbritannien –
Board of Directors

Ulrich Dalibor

Rentner

Vertreter der Gewerkschaft ver.di

- a) DOUGLAS HOLDING AG
Maxingvest AG
- b) Keine

¹Stand der Mandate: 22. November 2016

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

Karin Dohm

Seit 19. Februar 2016

Global Head of Group Structuring der Deutsche Bank AG

- a) Deutsche EuroShop AG (stellv. Vorsitzende)
- b) Deutsche Bank Europe GmbH – Aufsichtsrat (Vorsitzende), seit 14. November 2016
Deutsche Bank Luxembourg S.A., Luxemburg – Aufsichtsrat, seit 1. September 2016
Deutsche Holdings (Luxembourg) S.à r.l., Luxemburg – Aufsichtsrat, seit 1. Juni 2016

Thomas Dommel

Seit 10. Dezember 2015

Gesamtbetriebsratsvorsitzender der METRO LOGISTICS Germany GmbH

- a) METRO LOGISTICS Germany GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Jürgen Fitschen

Senior Advisor der Deutsche Bank AG
(ehemaliger CEO der Deutsche Bank AG)

- a) Keine
- b) Kühne + Nagel International AG, Schindellegi, Schweiz – Verwaltungsrat

Hubert Frieling

Bis 31. August 2016

Rentner

- a) Keine
- b) Keine

Dr. Florian Funck

Mitglied des Vorstands der Franz Haniel & Cie. GmbH

- a) TAKKT AG
Vonovia SE
- c) Keine

Andreas Herwarth

Vorsitzender des Betriebsrats der METRO AG

- a) Keine
- b) Keine

Peter Küpfer

Selbstständiger Unternehmensberater

- a) Keine
- b) AHRB AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat (Präsident, seit 25. Mai 2016)
ARH Resort Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat (Präsident, seit 25. Mai 2016)
Breda Consulting AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat (Präsident, seit 25. Mai 2016)
Cambiata Ltd., Road Town, Tortola, Britische Jungferninseln – Board of Directors
Cambiata Schweiz AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat, seit 17. Juni 2016
Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG – Beirat
Lake Zurich Fund Exempt Company, George Town, Grand Cayman, Cayman Islands – Board of Directors
Supra Holding AG, Zug, Schweiz – Verwaltungsrat
Travel Charme Hotels & Resorts Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat (Präsident, seit 25. Mai 2016)

Rainer Kuschewski

Gewerkschaftssekretär ver.di Bundesverwaltung

- a) real,- SB-Warenhaus GmbH
GALERIA Kaufhof GmbH
- b) Keine

Susanne Meister

Mitglied des Gesamtbetriebsrats der

- real,- SB-Warenhaus GmbH
- a) Keine
- b) Keine

Dr. Angela Pilkmann

Seit 1. September 2016

Warenbereichsleiterin Food der real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) Keine
- b) Keine

Mattheus P. M. (Theo) de Raad

Mitglied des Aufsichtsrats der HAL Holding N.V., Willemstad, Curaçao, Niederländische Antillen

- a) Keine
- b) HAL Holding N.V., Willemstad, Curaçao, Niederländische Antillen – Aufsichtsrat Vollenhoven Olie Groep B.V., Tilburg, Niederlande – Aufsichtsrat, bis 31. Dezember 2015

Dr. Fredy Raas

Geschäftsführer der Beisheim Holding GmbH, Baar, Schweiz, und der Beisheim Group GmbH & Co. KG

- a) Keine
- b) ARISCO Holding AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat Montana Capital Partners AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat

Xaver Schiller

Gesamtbetriebsratsvorsitzender der

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

Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats der Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft Aktiengesellschaft

- a) Keine
- b) Keine

Jürgen Schulz

Seit 10. Dezember 2015

Abteilungsleiter Service des Saturn-Markts Bielefeld

Vorsitzender des Betriebsrats der Saturn-Electro Handelsgesellschaft mbH Bielefeld

- a) Keine
- b) Keine

Angelika Will

Ehrenamtliche RichterIn am Bundesarbeitsgericht

Schriftführerin des Landesverbandsvorstands Nordrhein-Westfalen der DHV – Die Berufsgewerkschaft e.V.

(Bundesfachgruppe Handel)

- a) Keine
- b) Keine

Ausschüsse des Aufsichtsrats und deren Besetzung

Aufsichtsratspräsidium

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Jürgen Fitschen
Xaver Schiller

Personalausschuss

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Jürgen Fitschen
Xaver Schiller

Bilanz- und Prüfungsausschuss

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Dr. Florian Funck
Andreas Herwarth
Rainer Kuschewski
Dr. Fredy Raas

Nominierungsausschuss

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender)
Jürgen Fitschen
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Vermittlungsausschuss gem. § 27 Abs. 3 MitbestG

Jürgen B. Steinemann (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Xaver Schiller
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Mitglieder des Vorstands^{1, 2}

Olaf Koch (Vorsitzender)

Corporate Communications, Group Strategy, Corporate M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, Horeca Digital und Business Innovation, Real

- a) real,- SB-Warenhaus GmbH (Vorsitzender)
- b) HoReCa Digital GmbH – Beirat (Vorsitzender), seit 20. September 2016
Media-Saturn-Holding GmbH – Beirat (Vorsitzender), bis 17. Oktober 2016

Pieter C. Boone (Mitglied des Vorstands)

METRO Cash & Carry

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH, bis 27. September 2016
- b) Keine

Mark Frese (Finanzvorstand)

Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services, Financial Asset & Pension Management), Corporate Accounting, Global Business Services, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations, Corporate Risk Management & Internal Control Finance, METRO PROPERTIES, MIB METRO GROUP

Insurance Broker, METRO LOGISTICS

- a) Keine
- b) METRO Cash & Carry International Holding GmbH, Vösendorf, Österreich – Aufsichtsrat
METRO Finance B.V., Venlo, Niederlande – Aufsichtsrat
METRO Re AG (vormals METRO Reinsurance N.V.), Aufsichtsrat
Media-Saturn-Holding GmbH – Beirat (Vorsitzender), seit 17. Oktober 2016

Pieter Haas (Mitglied des Vorstands)

Media-Saturn

Vorsitzender der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH

- a) Keine
- b) Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH

Heiko Hutmacher (Arbeitsdirektor)

Human Resources (HR Campus, Corporate House of Learning, Corporate Performance & Rewards, Executive Resources, Group Labour Relations & Labour Law, HR Operations, HR Processes, Analytics & Projects, Talent Management, Leadership & Change), Corporate IT-Management, Group Internal Audit, Sustainability & Regulatory Affairs, METRO SYSTEMS, MGT METRO GROUP Travel Services

- a) Metro Großhandelsgesellschaft mbH
METRO Systems GmbH (Vorsitzender)
real,- SB-Warenhaus GmbH
- b) Keine

¹Stand der Ressortzuständigkeiten zum Bilanzstichtag (30. September 2016)

²Stand der Mandate: 22. November 2016

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

Mitglieder des Vorstands^{1, 2}

Olaf Koch (Vorsitzender)

Corporate Communications, Group Strategy, Corporate M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, Horeca Digital und Business Innovation, Real, METRO PROPERTIES, MIB METRO GROUP Insurance Broker

Für den Geschäftsbereich METRO Wholesale & Food Specialist³: Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services, Financial Asset & Pension Management), Corporate Accounting, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations

- a) real,- SB-Warenhaus GmbH (Vorsitzender)
- b) HoReCa Digital GmbH – Beirat (Vorsitzender), seit 20. September 2016

Media-Saturn-Holding GmbH – Beirat (Vorsitzender), bis 17. Oktober 2016

Pieter C. Boone (Mitglied des Vorstands)

METRO Cash & Carry, METRO LOGISTICS

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH, bis 27. September 2016
- b) Keine

Mark Frese (Finanzvorstand)

Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services, Financial Asset & Pension Management), Corporate Accounting, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations, Corporate Risk Management & Internal Control Finance

Für den Geschäftsbereich Consumer Electronics³:

Corporate M&A, Supply Chain, IT

- a) Keine
- b) METRO Cash & Carry International Holding GmbH, Vösendorf, Österreich – Aufsichtsrat
METRO Finance B.V., Venlo, Niederlande – Aufsichtsrat
METRO Re AG (vormals METRO Reinsurance N.V.), Aufsichtsrat
Media-Saturn-Holding GmbH – Beirat (Vorsitzender), seit 17. Oktober 2016

Pieter Haas (Mitglied des Vorstands)

Media-Saturn

Vorsitzender der Geschäftsführung der

Media-Saturn-Holding GmbH

Für den Geschäftsbereich Consumer Electronics³: Corporate Strategy / Business Development / Innovation, Corporate Legal Affairs & Compliance, Internal Audit, Corporate Communications & Public Policy, Sustainability, Human Resources

- a) Keine
- b) Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH

Heiko Hutmacher (Arbeitsdirektor)

Human Resources (HR Campus, Corporate House of Learning, Corporate Performance & Rewards, Executive Resources, Group Labour Relations & Labour Law, HR Operations, HR Processes, Analytics & Projects, Talent Management, Leadership & Change), Corporate IT-Management und Global Business Services, Group Internal Audit, Sustainability & Regulatory Affairs, METRO SYSTEMS

Für den Geschäftsbereich METRO Wholesale & Food

Specialist³: Risk Management

- a) Metro Großhandelsgesellschaft mbH
METRO Systems GmbH (Vorsitzender)
real,- SB-Warenhaus GmbH
- b) Keine

¹Stand der Ressortzuständigkeiten zum Zeitpunkt der Abschlussaufstellung (22. November 2016)

²Stand der Mandate: 22. November 2016

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

³In Vorbereitung der Aufteilung der METRO GROUP in zwei unabhängige börsennotierte Unternehmen

57. Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns zum 30. September 2016 gemäß § 313 HGB

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Konsolidierte Tochterunternehmen			
2. Schaper Objekt GmbH & Co. Kiel KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
24-7 ENTERTAINMENT ApS	Kopenhagen	Dänemark	100,00
24-7 Entertainment GmbH	Berlin	Deutschland	100,00
ADAGIO 2. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ADAGIO 3. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ADAGIO Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Adolf Schaper GmbH & Co. Grundbesitz-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
AIB Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Alberto Polo Distribuciones S.A.	Zaragoza	Spanien	100,00
ARKON Grundbesitzverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASH Grundstücksverwaltung XXX GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Assevermag AG	Baar	Schweiz	79,20
Avilo Marketing Gesellschaft m. b. H.	Vösendorf	Österreich	100,00
BAUGRU Immobilien-Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung & Co. Grundstücksverwaltung KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Beijing Weifa Trading & Commerce Co. Ltd.	Peking	China	100,00
biwigo GmbH	München	Deutschland	100,00
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Carns Vila S.L.	Cornellà del Terri	Spanien	70,00
cc delivery gmbh	Kelsterbach	Deutschland	100,00
CCG DE GmbH	Kelsterbach	Deutschland	100,00
CJSC METRO Management Ukraine	Kiew	Ukraine	100,00
Classic Alimentos (Macau) Limitada	Macau	China	99,00
Classic Coffee & Beverage Sdn Bhd	Kuala Lumpur	Malaysia	100,00
Classic Fine Foods (Hong Kong) Limited	Hongkong	China	100,00
Classic Fine Foods (Macau) Ltd	Macau	China	99,80
Classic Fine Foods (Singapore) Private Limited	Singapur	Singapur	100,00
Classic Fine Foods (Thailand) Company Limited	Bangkok	Thailand	100,00
Classic Fine Foods (Thailand) Holding Company Limited	Bangkok	Thailand	49,00
Classic Fine Foods (Vietnam) Limited	Ho-Chi-Minh-Stadt	Vietnam	100,00
Classic Fine Foods China Holdings Limited	Hongkong	China	100,00
Classic Fine Foods China Trading Limited	Hongkong	China	100,00
Classic Fine Foods EM LLC	Abu Dhabi	Vereinigte Arabische Emirate	50,00
Classic Fine Foods Group Limited	London	Großbritannien	100,00
Classic Fine Foods Holdings Limited	London	Großbritannien	100,00
Classic Fine Foods Japan Holdings	Tokio	Japan	100,00
Classic Fine Foods Macau Holding Limited	Hongkong	China	100,00
Classic Fine Foods Netherlands BV	Schiphol	Niederlande	100,00
Classic Fine Foods Philippines Inc.	Makati	Philippinen	100,00
Classic Fine Foods Rungis SAS	Rungis	Frankreich	100,00
Classic Fine Foods Sdn Bhd	Kuala Lumpur	Malaysia	100,00
Classic Fine Foods UK Limited	London	Großbritannien	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Classic Fine Foodstuff Trading LLC	Abu Dhabi	Vereinigte Arabische Emirate	49,00
COM.TVmarkt Verwaltungs-GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Comercial Ulzama S.L.	Abanto	Spanien	100,00
Concarneau Trading Office SAS	Concarneau	Frankreich	100,00
Congelados Romero S.A.	Reus	Spanien	90,00
COOL CHAIN GROUP PL Sp. z o.o.	Krakau	Polen	100,00
Culinary Agents France SAS	Nanterre	Frankreich	100,00
Culinary Agents Italia s.r.l.	San Donato Milanese	Italien	100,00
Dalian Metro Warehouse Management Co., Ltd.	Dalian	China	100,00
DAYCONOMY GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Deelnemingsmaatschappij Arodema B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
DFI Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Dinghao Foods (Shanghai) Co. Ltd.	Shanghai	China	100,00
Distribución de Alimentación Horeca S.L.	Sant Boi de Llobregat	Spanien	80,00
Distribuciones d'Aliments JG S.L.	Reus	Spanien	100,00
Doxa Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Mainz	Deutschland	0,00 ¹
Electronic Online Services GmbH	München	Deutschland	100,00
Electronic Online Services Invest GmbH	München	Deutschland	58,04
Electronics Online Concepts GmbH	München	Deutschland	100,00
ETH Elektronikersatzteil Handel und Service GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
Fideco AG	Courgevaux	Schweiz	100,00
Font Distribucio Horeca S.L.	Tona	Spanien	51,00
French F&B (Japan) Co., Ltd.	Tokio	Japan	93,83
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	50,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs-Kommanditgesellschaft	Düsseldorf	Deutschland	50,00
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF 6. Objekt Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Donaueschingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Köln-Porz KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Norden KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schaper Bremen-Habenhausen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wolfenbüttel KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 10. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 25. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 8. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Arrondierungsgrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Entwicklungsgrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Gewerbegrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bochum Otto Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Braunschweig Hamburger Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brühl KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Edingen-Neckarhausen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Espelkamp KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Finowfurt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Göttingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Neuwiedenthal KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamm KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover / Davenstedter Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover Fössestraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Linden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Heinsberg KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herten KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hildesheim-Senking KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hörselgau KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kulmbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach ZV II KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach-Rheydt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Münster-Kinderhaus KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn „Südring Center“ KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Pfarrkirchen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rastatt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Saar-Grund KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden-Nordenstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wülfrath KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekte Amberg und Landshut KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GrandPari Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Hansa Foto-Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
HoReCa Digital GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
iBOOD GmbH	Berlin	Deutschland	100,00
iBOOD Sp. z o.o.	Poznań	Polen	100,00
ICS METRO Cash & Carry Moldova S.R.L.	Chişinău	Moldawien	100,00
Immobilien-Vermietungsgesellschaft von Quistorp GmbH & Co. Objekt Altlandsberg KG	Düsseldorf	Deutschland	90,24
Imtron Asia Hong Kong Limited	Hongkong	China	100,00
Imtron GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Imtron Helvetia AG	Dietikon	Schweiz	100,00
Imtron Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
Imtron Sweden AB	Stockholm	Schweden	100,00
Inpakcentrale ICN B.V.	Duiven	Niederlande	100,00
Jetsam Service Management GmbH	Wolnzach	Deutschland	65,00
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Juke Entertainment GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstätt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Klassisk Group (S) Pte. Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
Klassisk Investment Limited	Hongkong	China	96,52
KUPINA Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Liqueur & Wine Trade GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
LLC Ukrainian Wholesale Trade Company	Kiew	Ukraine	100,00
Makro Autoservicio Mayorista S. A. U.	Madrid	Spanien	100,00
MAKRO Cash & Carry Belgium NV	Wommelgem	Belgien	100,00
MAKRO Cash & Carry CR s.r.o.	Prag	Tschechien	100,00
Makro Cash & Carry Egypt LLC	Kairo	Ägypten	100,00
Makro Cash & Carry Portugal S.A.	Lissabon	Portugal	100,00
Makro Cash & Carry UK Holding Limited	Manchester	Großbritannien	100,00
Makro Cash and Carry Polska S.A.	Warschau	Polen	100,00
Makro Ltd.	Manchester	Großbritannien	100,00
Makro Pension Trustees Ltd.	Manchester	Großbritannien	100,00
MAR MENOR DISTRIBUCIONES ALIMENTARIAS, S.L.	San Pedro del Pinatar	Spanien	80,00
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 14 – Produtos Electronicos Lda	Lissabon	Portugal	100,00
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

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Media Markt Aigle SA	Aigle	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT ALACANT VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alicante	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALBACETE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Albacete	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCALÁ DE GUADAÍRA 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 ALCORCÓN VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alcorcón	Spanien	99,90
Media Markt Alexandrium B.V.	Rotterdam	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT ALFAFAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alfafar	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALFRAGIDE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Alkmaar B.V.	Alkmaar	Niederlande	95,50
Media Markt Almere B.V.	Almere	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT ALMERIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt Alphen aan den Rijn B.V.	Alphen aan den Rijn	Niederlande	95,50
Media Markt Amersfoort B.V.	Amersfoort	Niederlande	95,50
Media Markt Amsterdam Centrum B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Media Markt Amsterdam Noord B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Media Markt Amsterdam West B.V.	Amsterdam	Niederlande	95,50
Media Markt Amstetten TV-Hifi-Elektro GmbH	Amstetten	Österreich	90,00
Media Markt Apeldoorn B.V.	Apeldoorn	Niederlande	95,50
Media Markt Arena B.V.	Amsterdam	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT ARENA Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
MEDIA MARKT ÁRKÁD Video TV Hifi Elektro Foto Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
Media Markt Arnhem B.V.	Arnhem	Niederlande	95,50
Media Markt Assen B.V.	Assen	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT AVEIRO – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT BADAJOZ S.A.	Badajoz	Spanien	99,90
MEDIA MARKT BARAKALDO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Barakaldo	Spanien	99,90
MEDIA MARKT BARCELONA – FONTANELLA, SA	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT BARCELONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Barcelona	Spanien	99,90
Media Markt Basel AG	Basel	Schweiz	91,00
MEDIA MARKT Basilix NV	Sint-Agatha-Berchem	Belgien	90,00
Media Markt Békéscsaba Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Békéscsaba	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT BENFICA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Bergen op Zoom B.V.	Bergen op Zoom	Niederlande	100,00
Media Markt Bern AG	Bern	Schweiz	90,00
Media Markt Biel-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	100,00
Media Markt Borlänge TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT BRAGA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
MEDIA MARKT Braine-l'Alleud SA	Braine-l'Alleud	Belgien	90,00
Media Markt Breda B.V.	Breda	Niederlande	97,75
Media Markt Brugge NV	Brügge	Belgien	90,00
Media Markt Brussel Docks NV	Brüssel	Belgien	100,00
Media Markt Bruxelles Rue Neuve Media Markt Brussel Nieuwstraat SA	Brüssel	Belgien	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Bürs TV-Hifi-Elektro GmbH	Bürs	Österreich	90,00
MEDIA MARKT CARTAGENA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cartagena	Spanien	99,90
MEDIA MARKT CASTELLÒ DE LA Plana VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Castellón de la Plana	Spanien	99,90
Media Markt CCCI TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCIII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVI TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVIII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXI TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXIII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXIV TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXV TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVI TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVIII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXX TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXI TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXIII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXIV TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT 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 CCLXXV TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXIX TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXV TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCIII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCIX TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCV TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCVI TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXLIII TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXLIV TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT Century Center NV	Antwerpen	Belgien	90,00
Media Markt Chur AG	Chur	Schweiz	90,00
Media Markt CLXXIX TV-Hifi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT COLLADO VILLALBA, S.A.	Collado Villalba	Spanien	99,90
Media Markt Conthey SA	Conthey	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT CORDOBA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cordoba	Spanien	99,90
MEDIA MARKT CORDOVILLA-PAMPLONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Pamplona	Spanien	99,90
Media Markt Crissier SA	Crissier	Schweiz	90,00
Media Markt Cruquius B.V.	Cruquius	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT Debrecen Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Debrecen	Ungarn	90,00
Media Markt Den Bosch B.V.	Den Bosch	Niederlande	95,50

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Media Markt Den Haag B.V.	Den Haag	Niederlande	97,30
Media Markt Deventer B.V.	Deventer	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT DIAGONAL MAR-BARCELONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Barcelona	Spanien	99,90
MEDIA MARKT DIGITAL STORE S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt Doetinchem B.V.	Doetinchem	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT DONOSTI VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Donostia	Spanien	99,90
Media Markt Dordrecht B.V.	Dordrecht	Niederlande	100,00
Media Markt Drachten B.V.	Drachten	Niederlande	100,00
Media Markt Duiven B.V.	Duiven	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT DUNA Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT E-289 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT E294, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT E296 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT E297 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt E-Business GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt E-Commerce AG	Dietikon	Schweiz	90,00
Media Markt Ede B.V.	Ede	Niederlande	95,50
Media Markt Eindhoven Centrum B.V.	Eindhoven	Niederlande	95,50
Media Markt Eindhoven Ekkersrijt B.V.	Son en Breugel	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT EL PRAT VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	El Prat de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ELCHE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Elche	Spanien	99,90
Media Markt Emmen B.V.	Emmen	Niederlande	95,50
Media Markt Enschede B.V.	Enschede	Niederlande	100,00
Media Markt Eskilstuna TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Feldkirch TV-Hifi-Elektro GmbH	Feldkirch	Österreich	90,00
MEDIA MARKT FERROL, S.A.	Ferrol	Spanien	99,90
MEDIA MARKT FINESTRAT S.A.	Finestrat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GAIA - PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT GANDIA S.A.	Valencia-Gandia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GAVÀ VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Gavà	Spanien	99,90
Media Markt Gävle TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Genève SA	Genf	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT GETAFE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Getafe	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GIRONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Girona	Spanien	99,90
Media Markt GmbH TV-HiFi-Elektro	München	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT Gosselies/Charleroi SA	Charleroi	Belgien	90,00
Media Markt Göteborg-Bäckebol TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Göteborg-Högsbo TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Göteborg-Torpavallen TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT GRANADA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Pulianas-Granada	Spanien	99,90
Media Markt Grancia SA	Grancia	Schweiz	90,00
Media Markt Granges-Paccot AG	Granges-Paccot	Schweiz	90,00
Media Markt Graz-Liebenau TV-Hifi-Elektro GmbH	Graz	Österreich	90,00
Media Markt Groningen Centrum B.V.	Groningen	Niederlande	100,00
Media Markt Groningen Sontplein B.V.	Groningen	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT Győr Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Győr	Ungarn	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Heerhugowaard B.V.	Heerhugowaard	Niederlande	95,50
Media Markt Heerlen B.V.	Heerlen	Niederlande	95,50
Media Markt Helsingborg TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Hengelo B.V.	Hengelo	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT Herstal SA	Herstal	Belgien	90,00
Media Markt Hoofddorp B.V.	Hoofddorp	Niederlande	100,00
Media Markt Hoorn B.V.	Hoorn	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT HUELVA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Huelva	Spanien	99,90
Media Markt Imst TV-Hifi-Elektro GmbH	Imst	Österreich	90,00
Media Markt IP Holding Hong Kong Limited	Hongkong	China	100,00
MEDIA MARKT ISLAZUL MADRID S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Jemappes/Mons SA	Mons	Belgien	90,00
MEDIA MARKT JEREZ DE LA FRONTERA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Jerez de la Frontera	Spanien	99,90
Media Markt Jönköping TV-Hifi- Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Kalmar TV-Hifi-Elektro AB	Kalmar	Schweden	90,01
Media Markt Kecskemét Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Kecskemét	Ungarn	100,00
MEDIA MARKT KISPEST Video TV HiFi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
Media Markt Kortrijk NV	Kortrijk	Belgien	100,00
Media Markt Kriens AG	Kriens	Schweiz	90,00
Media Markt Kristianstad TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT L'HOSPITALET VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	L'Hospitalet de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LAS ARENAS S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LAS PALMAS DE GRAN CANARIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Spanien	99,90
Media Markt Leeuwarden B.V.	Leeuwarden	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT LEGANÉS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Leganés	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LEIRIA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Leoben TV-Hifi-Elektro GmbH	Leoben	Österreich	90,00
MEDIA MARKT LEÓN VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	León	Spanien	99,90
Media Markt Liège Médiacité SA	Liège	Belgien	100,00
MEDIA MARKT Liège Place Saint-Lambert SA	Liège	Belgien	90,00
Media Markt Liezen TV-Hifi-Elektro GmbH	Liezen	Österreich	90,00
Media Markt Linköping TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Linz TV-Hifi-Elektro GmbH	Linz	Österreich	90,00
MEDIA MARKT LLEIDA, S.A.	Lleida	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOGROÑO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Logroño	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LORCA S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOS BARRIOS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Los Barrios	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LUGO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Lugo	Spanien	99,90
Media Markt Luleå TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Lund TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Maastricht B.V.	Maastricht	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT MADRID BENLLIURE S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MADRID CASTELLANA S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MADRID PLENILUNIO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Madrid	Spanien	99,90

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
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 MÁLAGA – PLAZA MAYOR S.A.	El Prat de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MALAGA-CENTRO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Malaga	Spanien	99,90
Media Markt Malmö-Bernstorp TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Malmö-Svågertorp TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT MAMMUT Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Management AG	Dietikon	Schweiz	100,00
Media Markt Marin SA	La Tène	Schweiz	90,00
Media Markt Marketing GmbH	München	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT MASSALFASSAR S.A.	Valencia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MATARO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Mataró	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MATOSINHOS PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
MEDIA MARKT Mechelen NV	Mechelen	Belgien	100,00
MEDIA MARKT Megapark Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
Media Markt Meyrin SA	Meyrin	Schweiz	90,00
Media Markt Middelburg B.V.	Middelburg	Niederlande	97,75
MEDIA MARKT Miskolc Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft	Miskolc	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT Mons SA	Mons	Belgien	100,00
MEDIA MARKT MURCIA NUEVA CONDOMINA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MURCIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT NASCENTE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
Media Markt Nieuwegein B.V.	Nieuwegein	Niederlande	100,00
Media Markt Norrköping TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Nyíregyháza Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Nyíregyháza	Ungarn	90,00
Media Markt Oberwart TV-Hifi-Elektro GmbH	Oberwart	Österreich	90,00
Media Markt Oftringen AG	Oftringen	Schweiz	90,00
Media Markt Online Lda	Lissabon	Portugal	100,00
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 PALMA DE MALLORCA S'ESTADA, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT PARETS DEL VALLES S.A.	Parets del Vallès	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Pécs Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Pécs	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT PLAZA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 19 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 22 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 25 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 26 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 27 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Białystok Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Bielsko-Biała Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Polska Sp. z o.o. Bydgoszcz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Chorzów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Czeladź Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Częstochowa Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Elbląg Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdańsk I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdańsk II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdynia I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Głogów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gorzów Wielkopolski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Jelenia Góra Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kalisz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Katowice I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kielce Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Konin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Koszalin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kraków I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kraków II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Legnica Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Łódź I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Łódź II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Lublin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Nowy Sącz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Olsztyn Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Opole Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Piotrków Trybunalski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Płock Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Poznań I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Poznań II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Przemyśl Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Radom Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Rybnik Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Rzeszów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Słupsk Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Szczecin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Tarnów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Toruń Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wałbrzych Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa 1 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa III Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa IV Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wrocław I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wrocław II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zabrze Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zamość Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zielona Góra Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT Pólus Center Video TV Hifi Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Power Service AG	Dietikon	Schweiz	100,00
MEDIA MARKT PUERTO REAL VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cádiz	Spanien	99,90
MEDIA MARKT QUART DE POBLET, S.A.	Quart de Poblet	Spanien	99,90
Media Markt Ried TV-Hifi-Elektro GmbH	Ried im Innkreis	Österreich	90,00
Media Markt Rijswijk B.V.	Rijswijk (Den Haag)	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT RIVAS-VACIAMADRID VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Madrid	Spanien	99,90
Media Markt Roermond B.V.	Roermond	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT Roeselare NV	Roeselare	Belgien	90,00
Media Markt Rotterdam Beijerlandselaan B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT SALAMANCA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Santa Marta de Tormes	Spanien	99,90
MEDIA MARKT San Juan de Aznalfarache VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sevilla	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SAN SEBASTIAN DE LOS REYES VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	San Sebastián de los Reyes	Spanien	99,99
MEDIA MARKT SANT CUGAT DEL VALLÈS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sant Cugat del Vallès	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Santander Video-TV-Hifi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Santander	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SATURN ADMINISTRACION ESPAÑA, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
Media Markt Saturn Holding Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT Schoten NV	Schoten	Belgien	90,00
Media Markt Setúbal – Produtos Informáticos e Electrónicos, LDA.	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT SEVILLA-SANTA JUSTA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sevilla	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SIERO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Lugones-Siero	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Sint-Lambrechts-Woluwe NV	Sint-Lambrechts-Woluwe	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Sint-Pieters-Leeuw NV	Sint-Pieters-Leeuw	Belgien	90,00
MEDIA MARKT SINTRA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
Media Markt Skövde TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Södertälje TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Spittal TV-Hifi-Elektro GmbH	Spittal an der Drau	Österreich	90,00
Media Markt St. Gallen AG	St. Gallen	Schweiz	90,00
Media Markt St. Lorenzen TV-Hifi-Elektro GmbH	St. Lorenzen im Mürtztal	Österreich	90,00
Media Markt Steyr TV-Hifi-Elektro GmbH	Steyr	Österreich	90,00
Media Markt Stockholm-Barkarby TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Gallerian TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Heron City TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Länna TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Nacka TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT Stop Shop Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Sundsvall TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
MEDIA MARKT Szeged Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Szeged	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT Székesfehérvár Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Székesfehérvár	Ungarn	90,00
Media Markt Szolnok Video Tv Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Szolnok	Ungarn	100,00
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

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT TELDE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Telde	Spanien	99,90
MEDIA MARKT TENERIFE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-COMPUTER, S.A.	Santa Cruz de Tenerife	Spanien	99,90
MEDIA MARKT TERRASSA S.A.	Terrassa	Spanien	99,90
Media Markt The Corner B.V.	Rotterdam	Niederlande	95,50
Media Markt Tilburg B.V.	Tilburg	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT TOLEDO S.A.	Toledo	Spanien	99,90
Media Markt Turnhout NV	Turnhout	Belgien	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro Athens II Commercial Anonymi Eteria	Maroussi	Griechenland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Seiersberg	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Innsbruck	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Klagenfurt	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Pasching	Österreich	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Salzburg	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Villach	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Vösendorf	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH	Wiener Neustadt	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH	St. Pölten	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH	Bad Dürkheim	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Hallstadt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Herzogenrath	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Schwentinental	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Lüneburg	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Belm	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Peißen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Porta Westfalica	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH	Dornbirn	Österreich	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Krems an der Donau	Österreich	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aalen	Aalen	Deutschland	92,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Albstadt	Albstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Alzey	Alzey	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Amberg	Amberg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Ansbach	Ansbach	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aschaffenburg	Aschaffenburg	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Augsburg	Augsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Augsburg-Göggingen	Augsburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Bad Kreuznach	Bad Kreuznach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bad Neustadt an der Saale	Bad Neustadt an der Saale	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Baden-Baden	Baden-Baden	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bayreuth	Bayreuth	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Biesdorf	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Charlottenburg	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Gropiusstadt	Berlin	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Hohenschönhausen	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Mitte	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Neukölln	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Prenzlauer Berg	Berlin	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Schöneeweide	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Spandau	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Steglitz	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Tegel	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Tempelhof	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Wedding	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bielefeld	Bielefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bischofsheim	Bischofsheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bochum	Bochum	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bochum – Ruhrpark	Bochum	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bonn	Bonn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Brandenburg an der Havel	Brandenburg an der Havel	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Braunschweig	Braunschweig	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bremen	Bremen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bremen-Waterfront	Bremen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bruchsal	Bruchsal	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Buchholz in der Nordheide	Buchholz in der Nordheide	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Buxtehude	Buxtehude	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Castrop-Rauxel	Castrop-Rauxel	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Chemnitz	Chemnitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Chemnitz-Röhrsdorf	Chemnitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Coburg	Coburg	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 Delmenhorst	Delmenhorst	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	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dortmund-Oespel	Dortmund	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden Centrum	Dresden	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden-Mickten	Dresden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Duisburg	Duisburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Duisburg-Großenbaum	Duisburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Düsseldorf	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Düsseldorf-Bilk	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Egelsbach	Egelsbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eiche	Ahrensfelde-Eiche	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eisenach	Eisenach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eislingen	Eislingen	Deutschland	92,00
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

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
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	92,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Flensburg	Flensburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Frankfurt	Frankfurt am Main	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Frankfurt – Borsigallee	Frankfurt am Main	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Freiburg	Freiburg im Breisgau	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Friedrichshafen	Friedrichshafen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Fulda	Fulda	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Gifhorn	Gifhorn	Deutschland	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	Leuna	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	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Heidelberg-Rohrbach	Heidelberg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heilbronn	Heilbronn	Deutschland	92,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Henstedt-Ulzburg	Henstedt-Ulzburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heppenheim	Heppenheim an der 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 Homburg/Saar	Homburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hückelhoven	Hückelhoven	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Idar-Oberstein	Idar-Oberstein	Deutschland	90,00
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	90,00
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 im Allgäu	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kiel	Kiel	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kirchheim	Kirchheim	Deutschland	92,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Koblenz	Koblenz	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln Hohe Straße	Köln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Chorweiler	Köln	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Kalk	Köln	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Marsdorf	Köln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Konstanz	Konstanz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Krefeld	Krefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kulmbach	Kulmbach	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Lahr	Lahr	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landau/Pfalz	Landau in der Pfalz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landsberg/Lech	Landsberg am Lech	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landshut	Landshut	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Leipzig Höfe am Brühl	Leipzig	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Leipzig-Paunsdorf	Leipzig	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Limburg	Limburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lingen	Lingen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lippstadt	Lippstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lübeck	Lübeck	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ludwigsburg	Ludwigsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ludwigshafen	Ludwigshafen	Deutschland	95,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Magdeburg	Magdeburg	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Magdeburg – Bördepark	Magdeburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Main-Taunus-Zentrum	Sulzbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mainz	Mainz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mannheim	Mannheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mannheim-Sandhofen	Mannheim	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Marburg	Marburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Marktredwitz	Marktredwitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Meerane	Meerane	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Memmingen	Memmingen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mönchengladbach	Mönchengladbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mühldorf/Inn	Mühldorf am Inn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mülheim	Mülheim an der Ruhr	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Haidhausen	München	Deutschland	90,00
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	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuburg an der Donau	Neuburg an der Donau	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neumünster	Neumünster	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neunkirchen	Neunkirchen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuss	Neuss	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neustadt an der Weinstraße	Neustadt an der Weinstraße	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neu-Ulm	Neu-Ulm	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuwied	Neuwied	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Nienburg	Nienburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nordhausen	Nordhausen	Deutschland	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	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Plauen	Plauen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Potsdam	Potsdam	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ravensburg	Ravensburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Recklinghausen	Recklinghausen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Regensburg	Regensburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rendsburg	Rendsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Reutlingen	Reutlingen	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rheine	Rheine	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rosenheim	Rosenheim	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rostock	Sievershagen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rostock-Brinckmansdorf	Rostock	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Saarbrücken	Saarbrücken	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Saarbrücken – Saarterrassen	Saarbrücken	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Saarlouis	Saarlouis	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schiffdorf-Spaden	Schiffdorf-Spaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwabach	Schwabach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwedt	Schwedt/Oder	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schweinfurt	Schweinfurt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwerin	Schwerin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Siegen	Siegen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Sindelfingen	Sindelfingen	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Singen	Singen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Sinsheim	Sinsheim	Deutschland	92,00
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 Stralsund	Stralsund	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Straubing	Straubing	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Stuhr	Stuhr	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart – Mailänder Platz	Stuttgart	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-City	Stuttgart	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-Feuerbach	Stuttgart	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-Vaihingen	Stuttgart	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Traunreut	Traunreut	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Traunstein	Traunstein	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Trier	Trier	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Ulm	Ulm	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Velbert	Velbert	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Viernheim	Viernheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Waltersdorf bei Berlin	Schönefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weiden	Weiden in der Oberpfalz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weilheim	Weilheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weiterstadt	Weiterstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wetzlar	Wetzlar	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wiesbaden	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wiesbaden – Äppelallee	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wolfsburg	Wolfsburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Worms	Worms	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wuppertal	Wuppertal	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Würzburg	Würzburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Würzburg – Alfred-Nobel-Straße	Würzburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Zella-Mehlis	Zella-Mehlis	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Zwickau	Zwickau	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro Licht GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XI Gesellschaft m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XIII GmbH	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XXI Gesellschaft m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT Twee Torens Hasselt NV	Hasselt	Belgien	90,00
Media Markt Umeå TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Uppsala TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Utrecht Hoog Catharijne B.V.	Utrecht	Niederlande	95,50
Media Markt Utrecht The Wall B.V.	Utrecht	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT VALENCIA COLON S.A.	Valencia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VALÈNCIA-CAMPANAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Valencia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VALLADOLID VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Valladolid	Spanien	99,90
Media Markt Västerås TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Växjö TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Venlo B.V.	Venlo	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT VIGO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Vigo	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VITORIA-GASTEIZ VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Vitoria	Spanien	99,90
Media Markt Vöcklabruck TV-Hifi-Elektro GmbH	Vöcklabruck	Österreich	90,00
Media Markt Wels TV-Hifi-Elektro GmbH	Wels	Österreich	90,00
MEDIA MARKT – West End Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Wien III TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00
Media Markt Wien XV TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00
Media Markt Wien XXII TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Wilrijk NV	Wilrijk	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Wörgl TV-Hifi-Elektro GmbH	Wörgl	Österreich	90,00
MEDIA MARKT XCV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt Zaandam B.V.	Zaandam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT ZARAGOZA PUERTO VENEZIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Zaragoza	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ZARAGOZA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Zaragoza	Spanien	99,90
Media Markt Zell am See TV-Hifi-Elektro GmbH	Zell am See	Österreich	90,00
Media Markt Zoetermeer B.V.	Zoetermeer	Niederlande	95,50
Media Markt Zürich AG	Zürich	Schweiz	90,00
Media Markt zwei TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden-Prohlis	Dresden	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT Zwijnaarde NV	Gent	Belgien	90,00
Media Markt Zwolle B.V.	Zwolle	Niederlande	92,35
MEDIA MARKT-SATURN BELGIUM NV	Asse-Zellik	Belgien	100,00
Media Saturn-Servicos de Apoio Administrativo, Lda.	Lissabon	Portugal	100,00
Media Saturn Electronics Hellas Commercial and Holding Anonymi Eteria	Maroussi	Griechenland	100,00
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Media Saturn Logistyka Spółka z ograniczona odpowiedzialnoscia	Warschau	Polen	100,00
MEDIA SATURN MULTICHANNEL S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Saturn Online Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
Mediamarket S.p.A. con Socio Unico	Curno	Italien	100,00
MEDIA-Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aachen	Aachen	Deutschland	90,00
MediaOnline GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA-SATURN (PORTUGAL), SGPS, UNIPESSOAL LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media-Saturn Beteiligungen Polska GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Deutschland Beteiligungsgesellschaft mbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Deutschland GmbH	Ingolstadt	Deutschland	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
Mellifera Vierte Beteiligungsgesellschaft mbH	Wolnzach	Deutschland	90,00
METRO (Changchun) Property Service Co. Ltd.	Changchun	China	100,00
METRO Achtzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Asia Pacific Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Cash & Carry Bulgaria EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO Cash & Carry Central Asia Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Cash & Carry d.o.o.	Zagreb	Kroatien	100,00
METRO Cash & Carry d.o.o.	Belgrad	Serbien	100,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Metro Cash & Carry Danmark ApS	Glostrup	Dänemark	100,00
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry France S.A.S.	Nanterre	Frankreich	100,00
Metro Cash & Carry Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Import Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
METRO Cash & Carry India Private Limited	Bangalore	Indien	100,00
METRO Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry International Holding B. V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry International Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Cash & Carry Japan KK	Tokio	Japan	100,00
Metro Cash & Carry Nederland B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry OOO	Moskau	Russland	100,00
METRO Cash & Carry Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	73,00
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest	Rumänien	100,00
METRO Cash & Carry Russia N.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry SR s.r.o.	Ivanka pri Dunaji	Slowakei	100,00
METRO Cash & Carry TOO	Almaty	Kasachstan	100,00
METRO Cash & Carry Ukraine Ltd.	Kiew	Ukraine	100,00
Metro Cash & Carry Wines	Hyderabad	Indien	99,99
METRO Central East Europe GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Consumer Electronics Zwischenholding GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Consumer Electronics Zwischenholding Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Dienstleistungs-Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Distributie Nederland B. V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO DOLOMITI S.p.A	San Donato Milanese	Italien	100,00
METRO Dreizehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
METRO Erste Erwerbsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO FIM S.p.A.	Cinisello Balsamo	Italien	100,00
METRO Finance B. V.	Venlo	Niederlande	100,00
Metro Finanzdienstleistungs Pensionen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro France Immobiliere S.à r.l.	Nanterre	Frankreich	100,00
METRO FSD Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Fünfzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro Global Business Services Private Limited	Pune	Indien	100,00
Metro Grosmarket Bakirköy Alisveris Hizmetleri Ticaret Ltd. Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO GROUP Accounting Center GmbH	Wörrstadt	Deutschland	100,00
METRO Group Asset Management B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Group Asset Management Ingatlan Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
METRO Group Asset Management Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Group Asset Management Ukraine, Limited Liability Company	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Group China Holding Limited	Hongkong	China	100,00
METRO Group Commerce (Shanghai) Co., Ltd.	Shanghai	China	100,00
METRO GROUP COMMERCE LIMITED	Hongkong	China	100,00
METRO GROUP International Retail Holding Limited	Hongkong	China	100,00
METRO Group Properties SR s.r.o.	Ivanka pri Dunaji	Slowakei	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
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	Karachi	Pakistan	75,00
Metro Holding France S. A.	Vitry-sur-Seine	Frankreich	100,00
METRO Innovations Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO International AG	Chur	Schweiz	100,00
Metro International Beteiligungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO INTERNATIONAL SUPPLY GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Italia Cash and Carry S. p. A.	San Donato Milanese	Italien	100,00
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai	China	90,00
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Kereskedelmi Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
METRO Leasing GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Leasing Objekt Schwerin GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO LOGISTICS Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Management EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO North Warehouse Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Properties B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Properties CR s.r.o.	Prag	Tschechien	100,00
METRO Properties Enterprise Management Consulting (Shanghai) Co., Ltd.	Shanghai	China	100,00
METRO PROPERTIES France SAS	Nanterre	Frankreich	100,00
Metro Properties Gayrimenkul Yatirim A.Ş.	Istanbul	Türkei	100,00
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	99,51
METRO PROPERTIES Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO PROPERTIES Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
METRO PROPERTIES Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	66,67
METRO Properties Real Estate Management Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
METRO PROPERTIES Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
METRO Property Management (Beijing) Co. Ltd.	Peking	China	100,00
Metro Property Management (Changsha) Co., Ltd.	Changsha	China	100,00
METRO Property Management (Changshu) Co. Ltd.	Changshu	China	100,00
Metro Property Management (Changzhou) Co. Ltd.	Changzhou	China	100,00
Metro Property Management (Chengdu Qingyang) Co., Ltd.	Chengdu	China	100,00
METRO Property Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Property Management (Cixi) Co., Limited	Cixi	China	100,00
Metro Property Management (Dongguan) Co. Ltd.	Dongguan	China	100,00
Metro Property Management (Hangzhou) Company Limited	Hangzhou	China	100,00
METRO Property Management (Harbin) Co. Ltd.	Harbin	China	100,00
METRO Property Management (Huai'an) Co., Ltd.	Huai'an	China	100,00
Metro Property Management (Jiangyin) Company Limited	Jiangyin	China	100,00
Metro Property Management (Jiaxing) Co. Ltd.	Jiaxing	China	100,00
Metro Property Management (Kunshan) Co. Ltd.	Suzhou	China	100,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
METRO Property Management (Nanchang Qingshanhu) Co. Ltd.	Nanchang	China	100,00
Metro Property Management (Nantong) Co. Ltd.	Nantong	China	100,00
Metro Property Management (Qingdao) Company Limited	Qingdao	China	100,00
METRO Property Management (Shenyang) Co. Ltd.	Shenyang	China	100,00
METRO Property Management (Shenzhen) Co. Ltd.	Shenzhen	China	100,00
Metro Property Management (Suzhou) Co., Ltd.	Suzhou	China	100,00
METRO Property Management (Tianjin Hongqiao) Co., Ltd.	Tianjin	China	100,00
METRO Property Management (Weifang) Co. Ltd.	Weifang	China	100,00
Metro Property Management (Wuhan) Co., Ltd.	Wuhan	China	100,00
METRO Property Management (Wuhu) Co. Ltd.	Wuhu	China	100,00
METRO Property Management (Xi'an) Co., Ltd.	Xi'an	China	100,00
METRO Property Management (Xiamen) Co., Ltd.	Xiamen	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 Re AG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Real Estate Ltd.	Zagreb	Kroatien	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 GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Services PL spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Szczecin	Polen	100,00
METRO Siebte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Siebzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO South East Asia Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro Systems Romania S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100,00
METRO Systems Ukraine LLC	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Vierzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Warehouse Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Warehouse Management (Hangzhou) Co. Ltd.	Hangzhou	China	100,00
METRO Warehouse Management (Suzhou) Co. Ltd.	Suzhou	China	100,00
Metro Warehouse Management (Taizhou) Co. Ltd.	Taizhou	China	100,00
Metro Warehouse Management (Wuhan) Co. Ltd.	Wuhan	China	100,00
Metro Warehouse Management (Yantai) Co., Limited	Yantai	China	100,00
METRO Warehouse Management (Zibo) Co., Ltd.	Zibo	China	100,00
Metro Warehouse Noginsk Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
METRO Wholesale & Food Services Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Wholesale & Food Services Vermögensverwaltung Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Wholesale & Food Specialist GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGA METRO Group Advertising GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGA METRO Group Advertising Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
MGB METRO Group Buying (Shanghai) Co., Ltd.	Shanghai	China	100,00
MGB METRO Group Buying HK Limited	Hongkong	China	100,00
MGB Metro Group Buying Romania SRL	Bukarest	Rumänien	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MGB METRO Group Buying RUS 000	Moskau	Russland	100,00
MGB METRO Group Buying TR Satinalma Ticaret Limited Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MGC METRO Group Clearing GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGE Warenhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGI Metro Group İletisim ve Enformasyon Ticaret Limited Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MGL METRO Group Logistics Bulgaria LTD	Sofia	Bulgarien	100,00
MGL METRO Group Logistics GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGL METRO Group Logistics Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
MGL METRO Group Logistics Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
MGL METRO Group Logistics Polska Sp. z o.o. i Spółka Sp.k.	Warschau	Polen	100,00
MGL METRO GROUP LOGISTICS UKRAINE LLC	Kiew	Ukraine	100,00
MGL METRO Group Logistics Warehousing Beteiligungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGP METRO Group Account Processing GmbH	Kehl	Deutschland	100,00
MGP METRO Group Account Processing International AG	Baar	Schweiz	100,00
MGT METRO Group Travel Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIAG Asia Co. Ltd.	Hongkong	China	100,00
MIAG Commanditaire Venootschap	Amsterdam	Niederlande	100,00
MIB METRO Group Insurance Broker GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIDBAN ESOLUTIONS S.L.	Barcelona	Spanien	75,00
MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIP METRO Group Intellectual Property Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIP METRO Holding Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MMS Connect B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MMS Coolsingel B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MMS ONLINE BELGIË	Zellik	Belgien	100,00
MMS Online Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
Morocco Fish Trading Company SARL AU	Casablanca	Marokko	100,00
MP Gayrimenkul Yönetim Hizmetleri Anonim Şirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MRE Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
MS E-Business Concepts & Service GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MS E-Commerce GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
MS E-Commerce Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság	Budaörs	Ungarn	100,00
MS ISTANBUL IC VE DIS TICARET LIMITED SIRKETI	Istanbul	Türkei	100,00
MS Multichannel Retailing Ges.m.b.H.	Vösendorf	Österreich	100,00
MS New CO Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
MS Powerservice GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
MTE Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Duisburg oHG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
My Mart (China) Trading Co., Ltd.	Guangzhou	China	100,00
my-xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	76,74
N & NF Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Detmold KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Eschweiler KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Germersheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Langendreer KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Ludwigshafen KG	Pullach im Isartal	Deutschland	49,00 ¹
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Moers KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Neunkirchen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Rendsburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
000 „CE trading solutions“	Moskau	Russland	100,00
000 Media-Markt-Saturn	Moskau	Russland	100,00
000 Media-Saturn-Russland	Moskau	Russland	100,00
000 Saturn	Moskau	Russland	100,00
000 xplace	Moskau	Russland	100,00
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Aachen SB-Warenhaus KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Krefeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Nettetal KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Bitterfeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Hürth KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Stralsund KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 ¹
PayRed Card Services AG	Dietikon	Schweiz	100,00
Petit RUNGIS express GmbH	Meckenheim	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
Profectis Logistik & Service GmbH & Co. KG	Wolnzach	Deutschland	100,00
Profectis Logistik & Service Verwaltungs GmbH	Straubing	Deutschland	100,00
Profectis Technischer Kundendienst GmbH & Co. KG	Wolnzach	Deutschland	100,00
Profectis Verwaltungs GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
PT Classic Fine Foods Indonesia	Nord-Jakarta	Indonesien	100,00
PT Paserda Indonesia	Jakarta	Indonesien	100,00
Qingdao Metro Warehouse Management Co. Ltd.	Qingdao	China	100,00
Raw Real Estate Asia Pte.Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
Real Estate Management Misr Limited Liability Company	Kairo	Ägypten	100,00
real,- Digital Fulfillment GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Digital Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Handels GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
red blue Marketing GmbH	München	Deutschland	100,00
redblue services GmbH	München	Deutschland	100,00
Redcoon Benelux B. V.	Tilburg	Niederlande	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.	Warschau	Polen	100,00
Remo Zaandam B.V.	Zaandam	Niederlande	100,00
Renate Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Retail Media Group GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Retail Property 1 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 2 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 5 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 6 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Real Estate Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
R'express Alimentos Unipersonal LDA	Lissabon	Portugal	100,00
ROSARIA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gerlingen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00 ¹
Rotterdam Trading Office B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
RTS Elektronik Systeme GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Polska Spółka z o.o.	Poznań	Polen	80,00
RTS Produktwelt GmbH & Co. KG	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Produktwelt Verwaltungs GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Service Parts Logistics GmbH & Co. KG	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Service Solutions GmbH & Co. KG	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Service Solutions Verwaltungs GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Sömmerda Service GmbH & Co. KG	Sömmerda	Deutschland	100,00
RTS Sömmerda Service Verwaltungs GmbH	Sömmerda	Deutschland	100,00
RTS Spares Verwaltungs GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Supply Chain Solutions GmbH & Co. KG	Wolnzach	Deutschland	100,00
RTS Supply Chain Solutions Verwaltungs GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
RUDU Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
RUNGIS express GmbH	Meckenheim	Deutschland	100,00
RUNGIS express Gourmet Service Ges.m.b.H.	Salzburg	Österreich	100,00
RUNGIS express SPAIN SL	Palma de Mallorca	Spanien	100,00
RUNGIS express Suisse Holding AG	Courgevaux	Schweiz	100,00
RUTIL Verwaltung GmbH & Co. SB-Warenhaus Bielefeld KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
S.C. real Hyper Magazine s.r.l.	Bukarest	Rumänien	100,00
Saturn Athens III Commercial Anonymi Eteria	Maroussi	Griechenland	100,00
SATURN E-517 ELECTRO S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Salzburg	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Graz	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft m.b.H.	Vösendorf	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft m.b.H.	Linz	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH	Karlsruhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ansbach	Ansbach	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Augsburg	Augsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bad Homburg	Bad Homburg v. d. Höhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bad Oeynhausen	Bad Oeynhausen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Baunatal	Baunatal	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin I	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Charlottenburg	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Gesundbrunnen	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Köpenick	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin – Leipziger Platz	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin – Märkische Zeile	Berlin	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Marzahn	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Reinickendorf	Berlin	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin – Schloßstraße	Berlin	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Spandau	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Treptow	Berlin	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Zehlendorf	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bielefeld	Bielefeld	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bocholt	Bocholt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH 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	90,00
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 Dessau	Dessau-Roßlau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dortmund	Dortmund	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dortmund-Eving	Dortmund	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dresden	Dresden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Duisburg	Duisburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Erfurt	Erfurt	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Erlangen	Erlangen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Essen City	Essen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Essen-Steele	Essen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Esslingen	Esslingen am Neckar	Deutschland	90,00
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	90,04
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Freiburg	Freiburg im Breisgau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Freising	Freising	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Fürth	Fürth	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gelsenkirchen	Gelsenkirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gelsenkirchen-Buer	Gelsenkirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gießen	Gießen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Göttingen	Göttingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gummersbach	Gummersbach	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hagen	Hagen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hamburg-Altstadt	Hamburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hamm	Hamm	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hanau	Hanau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hannover	Hannover	Deutschland	90,01
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Heidelberg	Heidelberg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Herford	Herford	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hilden	Hilden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hildesheim	Hildesheim	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Isernhagen	Isernhagen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Jena	Jena	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kaiserslautern	Kaiserslautern	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Karlsruhe-Durlach	Karlsruhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kassel	Kassel	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kempten	Kempten im Allgäu	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kerpen	Kerpen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kiel	Kiel	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kleve	Kleve	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Koblenz	Koblenz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Krefeld	Krefeld	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Landshut	Landshut	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leipzig	Leipzig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leipzig-Hauptbahnhof	Leipzig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leonberg	Leonberg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lübeck	Lübeck	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lüdenscheid	Lüdenscheid	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ludwigsburg	Ludwigsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ludwigshafen	Ludwigshafen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lünen	Lünen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Magdeburg	Magdeburg	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mainz	Mainz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mannheim	Mannheim	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Marl	Marl	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Moers	Moers	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mülheim	Mülheim an der Ruhr	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH München	München	Deutschland	92,06
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH München-Riem	München	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Münster	Münster	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Neckarsulm	Neckarsulm	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Neu-Isenburg	Neu-Isenburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Norderstedt	Norderstedt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Nürnberg	Nürnberg	Deutschland	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	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Passau	Passau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Pforzheim	Pforzheim	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Potsdam	Potsdam	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Regensburg	Regensburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Remscheid	Remscheid	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Reutlingen	Reutlingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Rostock	Rostock	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH S050	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Saarbrücken	Saarbrücken	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Schweinfurt	Schweinfurt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Senden	Senden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Solingen	Solingen	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Stuttgart	Stuttgart	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Troisdorf	Troisdorf	Deutschland	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 Wolfsburg	Wolfsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Zwickau	Zwickau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Gerasdorf Electro-Handelsges.m.b.H.	Gerasdorf bei Wien	Österreich	90,00
Saturn Graz V VertriebsgmbH	Graz	Österreich	90,00
Saturn Haid Electro-Handelsges.m.b.H.	Haid	Österreich	90,00
Saturn Innsbruck Electro-Handelsges.m.b.H.	Innsbruck	Österreich	90,00
Saturn Klagenfurt Electro-Handelsges.m.b.H.	Klagenfurt	Österreich	90,00
Saturn Luxembourg S.A.	Luxemburg	Luxemburg	100,00
Saturn Marketing GmbH	München	Deutschland	100,00
Saturn Mega Markt GmbH Wuppertal	Wuppertal	Deutschland	90,05
Saturn online GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
SATURN PLANET Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 11 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 16 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 19 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Bydgoszcz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gdańsk I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gdynia I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gliwice Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Katowice I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Kraków I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Kraków II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	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. Lublin I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Poznań I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Poznań II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Szczecin I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Tychy Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa III Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa IV Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa V Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Wroclaw I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Planet Sp. z o.o. Wrocław II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Techno-Electro-Handelsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Hürth	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Neuss	Deutschland	90,09
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Leverkusen	Deutschland	90,09
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Aachen	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Mönchengladbach	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Siegen	Deutschland	90,01
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Sankt Augustin	Deutschland	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	Maroussi	Griechenland	100,00
Saturn Wien X VertriebsgmbH	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XIV Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XX VertriebsgmbH	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XXII Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XXIII Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn-Mega Markt GmbH Halle	Halle an der Saale	Deutschland	90,05
Saturn-Mega Markt GmbH Trier	Trier	Deutschland	90,05
Schaper Grundbesitz-Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Sezam XVI Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych	Warschau	Polen	100,00
Shenzhen Hemajia Trading Co. Ltd.	Shenzhen	China	100,00
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf	Deutschland	92,00
Silver Ocean B.V.	Amsterdam	Niederlande	85,76
Sinco Großhandelsgesellschaft m. b. H.	Vösendorf	Österreich	73,00
SmartWorld Services GmbH	Wolnzach	Deutschland	85,00
Sociedad Ibérica Restaurantes de Tecnología Avanzada S. A. U.	Madrid	Spanien	100,00
SPACELAB Invest GmbH	München	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
Tec-Repair GmbH	Wolnzach	Deutschland	100,00
Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	60,00
TIMUG GmbH & Co. Objekt Homburg KG	Düsseldorf	Deutschland	0,00 ¹
TIMUG Verwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
VALENCIA TRADING OFFICE, S.L.	Madrid	Spanien	100,00
Vallesmar Peixos S.L.	Reus	Spanien	100,00
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Western United Finance Company Limited	London	Großbritannien	100,00
Wholesale Real Estate Belgium N.V.	Wommelgem	Belgien	100,00
Wholesale Real Estate Poland Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Wirichs Immobilien GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Wirichs Immobilien GmbH & Co. Objekt Herford KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Anteile am Kapital	
		Land	in %
Wolfgang Wirichs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
World Import NV	Puurs	Belgien	100,00
WRE Real Estate Limited Liability Partnership	Almaty	Kasachstan	100,00
X Place Spain S.L.	Barcelona	Spanien	100,00
Xi'an METRO Commercial and Trading Company Limited	Xi'an	China	100,00
XPLACE DIJITAL COZÜM TICARET LIMITED SIRKETI	Istanbul	Türkei	100,00
xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	58,04
XPLACE ITALY S.R.L.	Pianoro	Italien	100,00
XPLACE UK LIMITED	London	Großbritannien	100,00
Yugengaisha MIAG Japan	Tokio	Japan	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Mutterstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Osnabrück KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekte Niedersachsen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Gemeinschaftsunternehmen			
Intercompra LDA	Lissabon	Portugal	50,00
MAXXAM B.V.	Ede	Niederlande	16,67
MAXXAM C.V.	Ede	Niederlande	16,67
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
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen			
European EPC Competence Center GmbH	Köln	Deutschland	30,00
Fachmarktzentrum Essen GmbH & Co. KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,00
Habib METRO Pakistan (Pvt) Ltd	Karachi	Pakistan	40,00
Helm Wohnpark Lahnblick GmbH	Aßlar	Deutschland	25,00
Iniziativa Methab s.r.l.	Bozen	Italien	50,00
Kato S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Mayfair GP S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	40,00
Mayfair Holding Company S.C.S.	Luxemburg	Luxemburg	39,99
Napier S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
OPCI FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP	Paris	Frankreich	5,00
OPCI FRENCH WHOLESALE STORES – FWS	Paris	Frankreich	25,00
Peoplefone Polska Spółka Akcyjna	Warschau	Polen	49,00
Peter Glinicke Grundstücks-GmbH & Co. KG	Pullach im Isartal	Deutschland	50,00
Quadrant S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Sabra S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Tatra S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Upton S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Wilcox S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Xiali S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Zagato S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Zender S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10

Nicht nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

IFH Institut für Handelsforschung GmbH	Köln	Deutschland	14,29 ²
Metro plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	20,00 ²
smart building solutions GmbH	München	Deutschland	50,00 ²

Beteiligungen

Culinary Agents Inc.	Wilmington	USA	18,33
Diehl & Brüser Handelskonzepte GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
DTB Deutsche Technikberatung GmbH	Köln	Deutschland	10,00
EKS Handelsgesellschaft mbH	Salzburg	Österreich	25,00
EKS Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	Salzburg	Österreich	25,00
Erschließungsgesellschaft Schwerin-Krebsförden mbH & Co. Kommanditgesellschaft	Lüneburg	Deutschland	18,18
eVentures Growth, L.P.	Wilmington	USA	5,00
Flip4 GmbH	Friedrichsdorf	Deutschland	16,00
Gourmet F&B Korea Ltd.	Seoul	Südkorea	28,00
GSSI Consortium GbR	Düsseldorf	Deutschland	7,69
Hitmeister GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
HoReCa Innovation I GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
HoReCa Investment I GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
HoReCa Investment Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
HoReCa Komplementär GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
HoReCa Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
HoReCa Strategic I GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00 ³
Locafox GmbH	Berlin	Deutschland	17,50
MobiLab Solutions GmbH	Köln	Deutschland	33,05
orderbird AG	Berlin	Deutschland	14,18
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
Shore GmbH	München	Deutschland	12,41
Verwaltungsgesellschaft Lebensmittelgesellschaft „GLAWA“ mbH & Co. KG	Hamburg	Deutschland	18,75

¹ Einzubeziehen nach IFRS 10

² Keine Bilanzierung nach der Equity-Methode wegen untergeordneter Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

³ Keine Vollkonsolidierung und keine Bilanzierung nach der Equity-Methode wegen untergeordneter Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

22. November 2016

Der Vorstand







OLAF KOCH **PIETER C. BOONE** **MARK FRESE** **PIETER HAAS** **HEIKO HUTMACHER**

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im zusammengefassten Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

22. November 2016

Der Vorstand



OLAF KOCH



PIETER C. BOONE



MARK FRESE



PIETER HAAS



HEIKO HUTMACHER

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Dem vollständigen Konzernabschluss und dem zusammengefassten Lagebericht wurde folgender Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den von der METRO AG, Düsseldorf, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, Eigenkapitalentwicklung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den zusammengefassten Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse

über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Köln, den 23. November 2016

KPMG AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

LURWEG
Wirtschaftsprüfer

MÜNSTERMANN
Wirtschaftsprüfer“

307

- 309 Glossar
- 315 Stichwortverzeichnis
- 318 Mehrjahresübersicht
- 319 Information
- 319 Finanzkalender 2016/17

SERVICE

GLOSSAR

A

Accelerator

Initiative, die Firmengründer beispielsweise durch Coaching intensiv unterstützt und so die Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsideen beschleunigt. In der METRO GROUP wurde der METRO Accelerator powered by Techstars ins Leben gerufen, um Gründer mit innovativen technologischen Anwendungen für Gastronomie, Hotellerie und Catering zu fördern.

Active Ownership

Wörtlich übersetzt: aktive Eigentümerschaft. Der Begriff, der aus dem Private-Equity-Bereich kommt, umschreibt die Identifikation mit einem Unternehmen oder Projekt durch größere Eigenverantwortung der Beteiligten.

After-sales-Management

Dieser Begriff fasst alle Maßnahmen eines Unternehmens zusammen, die nach dem eigentlichen Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung stattfinden. Dazu gehören beispielsweise Wartungen, Reparaturen und Schulungen, aber auch Marketingaktionen zur Kundenbindung und Generierung weiterer Umsätze.

Aquaculture Stewardship Council (ASC)

Der Aquaculture Stewardship Council ist eine internationale, gemeinnützige Organisation, die sich weltweit für verantwortungsbewusste Aquakultur einsetzt. Dazu kooperiert sie mit Aquakultur- und Verarbeitungsbetrieben, Handels- und Nahrungsmittelkonzernen sowie Wissenschaftlern. Das ASC-Siegel zeichnet Produkte aus, die aus nachhaltig arbeitenden Aquakulturbetrieben stammen. Der ASC wurde 2010 von der Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) und der niederländischen Sustainable Trade Initiative (IDH) gegründet.

Auditierung

Auch Audit. Verfahren zur Bewertung von Prozessen und Strukturen in einer Organisation mit Blick auf im Vorfeld formulierte Standards und Richtlinien. Eine Auditierung gibt Aufschluss über die Wirksamkeit von Maßnahmen zur Prozessoptimierung. Wird das Verfahren durch externe Prüfer durchgeführt, kann eine Zertifizierung als Nachweis über die Einhaltung der Standards erlangt werden.

B

Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)

Das deutsche Aktiengesetz zur Modernisierung des Bilanzrechts wurde im Mai 2009 verabschiedet. Mit seiner Einführung erfolgte die umfangreichste Bilanzrechtsreform seit 1985. Ziel des BilMoG ist es, das deutsche Bilanzrecht den international üblichen Methoden der Rechnungslegung anzunähern und zugleich für größere Transparenz und niedrigere Kosten in Unternehmen zu sorgen.

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

Ein seit 2003 existierender Zusammenschluss europäischer Einzelhändler mit dem Ziel, die Einhaltung sozialer Mindeststandards bei der Herstellung von Produkten in allen Zuliefererländern sicherzustellen. Die Initiative orientiert sich an der allgemeinen Deklaration der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Die METRO GROUP ist Gründungsmitglied der BSCI.

C

Carbon Disclosure Project (CDP)

Die unabhängige Organisation wurde 2000 in London von Unternehmen gegründet. Ihr Ziel ist es, CO₂-Emissionen sowie Klima- und Reduktionsrisiken von Unternehmen offenzulegen und so zur Transparenz in der Unternehmensberichterstattung zu klimarelevanten Daten beizutragen. Das CDP führt jährlich standardisierte Unternehmensbefragungen auf freiwilliger Basis durch.

Commercial Paper Programme

Geldmarktübliches Daueremissionsprogramm zur Deckung des kurzfristigen Finanzmittelbedarfs. Es ermöglicht die Emission von Commercial Papers (CP) als abgezinste, unbesicherte Inhaberschuldverschreibungen, die keine standardisierten Laufzeiten besitzen.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)

Privatwirtschaftliche Organisation in den USA, die 1992 einen auch von der US-Börsenaufsicht anerkannten Standard für interne Kontrollen entwickelte und publizierte. 2004 wurde dieser Standard ergänzt und das COSO ERM (Enterprise Risk Management – Integrated Framework) veröffentlicht, kurz COSO II genannt.

Compliance

Gesamtheit aller Maßnahmen, die das Verhalten eines Unternehmens und seiner Mitarbeiter im Hinblick auf alle gesetzlichen Vorgaben sowie gesellschaftliche Richtlinien und Wertvorstellungen beinhalten.

D

Diversity-Management

Zentrales Element der Personalpolitik, das die Vielfalt der Mitarbeiter im Hinblick auf Geschlecht, Alter, ethnische Herkunft, Glaubensrichtung, sexuelle Identität oder mögliche Behinderungen für den Unternehmenserfolg nutzbar macht.

E

Earnings per Share (EPS)

Siehe Ergebnis je Aktie

Earn-out

Bedingte Kaufpreiszahlung im Rahmen einer Unternehmensakquisition.

EBIT (Earnings Before Interest and Taxes)

Gewinn vor Abzug von Zinsaufwendungen und Steuern. Diese Kennzahl dient dem internationalen Vergleich von Unternehmen.

EBITaC (Earnings Before Interest and Taxes after Cost of Capital)

EBIT nach Abzug der Kapitalkosten. Diese Kennziffer zeigt, ob ein Unternehmen sein Geschäftsvermögen erfolgreich einsetzt und einen über den Kapitalkosten liegenden Wertbeitrag erreicht.

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation)

Gewinn vor Abzug von Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Zuschreibungen auf Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien. Diese Kennzahl dient dem Vergleich von Unternehmen, die unter verschiedenen Standards bilanzieren.

EBITDAR (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, Amortisation and Rent)

EBITDAR repräsentiert das EBITDA vor Mietaufwendungen abzüglich Mieterträgen.

EBT (Earnings Before Taxes)

Gewinn vor Steuern. Diese Kennziffer dient dem Vergleich von Unternehmen, obwohl unterschiedliche Besteuerungssysteme vorliegen können.

E-Commerce

Kurzform für Electronic Commerce, die elektronische Vermarktung und den Handel von Waren und Dienstleistungen über das Internet.

Eigenmarken

Auch als Exklusivmarken bezeichnet. Von einem Handelsunternehmen entwickelte und markenrechtlich geschützte Markenartikel mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis.

EPS (Earnings per Share)

Siehe Ergebnis je Aktie

Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert)

Als Ergebnis je Aktie (unverwässert) wird die Kennziffer bezeichnet, die das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis ins Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl an Stammaktien stellt. Beim Ergebnis je Aktie (verwässert) wird zusätzlich der Effekt von sogenannten potenziellen Stammaktien (beispielsweise ausgegebenen Aktienoptionen) berücksichtigt.

F**Fair Value**

Beizulegender Zeitwert. Gemeint ist der Preis, den man im Rahmen einer gewöhnlichen Transaktion zwischen Marktteilnehmern am Bewertungsstichtag beim Verkauf eines Vermögenswerts erhalten würde oder bei der Übertragung einer Schuld zu zahlen hätte.

Flächenbereinigtes Umsatzwachstum, flächenbereinigte Umsatzentwicklung

Das flächenbereinigte Umsatzwachstum bezeichnet das Umsatzwachstum in Lokalwährung auf vergleichbarer Fläche beziehungsweise bezogen auf ein vergleichbares Panel an Standorten oder Vertriebskonzepten wie Onlinehandel und Belieferung. Es gehen nur Umsätze von Standorten ein, die mindestens über ein Jahr eine vergleichbare Historie vorweisen können. Demnach sind Standorte, die von Eröffnungen, Schließungen oder wesentlichen Umbauten im Berichtsjahr beziehungsweise im Vergleichsjahr betroffen sind, aus der Betrachtung auszuschließen.

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 Vor-

stand 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“ (GAP) geht auf die Initiative europäischer Handelsunternehmen zurück.

Governance

Vorgaben zum Führen und Kontrollieren von Akteuren, die Einfluss auf ein Unternehmen haben.

H**HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)**

Gefährdungsanalyse und kritische Kontrollpunkte. Ein System zur Überprüfung der Lebensmittelsicherheit, das dem Verbraucherschutz dient. Es sieht vor, dass Unternehmen kritische Punkte und Gefahren im Produktionsprozess kontrollieren. Die Anwendung von HACCP ist in Deutschland für alle Unternehmen, die Lebensmittel herstellen, verpflichtend. In der Europäischen Union sind außerdem die Einfuhr von und der Handel mit Waren verboten, die nicht dem HACCP-System entsprechen.

Horeca

Kurzform für Hotels, Restaurants und Cateringunternehmen. Der Horeca-Bereich ist eine wichtige Kundengruppe für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry der METRO GROUP. Aufgrund ihrer strategischen Fokussierung auf Horeca-Kunden sind Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Portugal, Spanien, Türkei sowie Classic Fine Foods seit dem Geschäftsjahr 2015/16 strukturell dem Segment Horeca zugeordnet. Die neuen Segmente Horeca, Multispecialists und Trader ersetzen die bisherigen Berichtsregionen Deutschland, Westeuropa, Osteuropa und Asien.

I

IASB (International Accounting Standards Board)

Internationales und unabhängiges Gremium, das die International Financial Reporting Standards (IFRS) entwickelt hat und kontinuierlich weiterentwickelt.

IFRIC (International Financial Reporting Interpretations Committee)

Für die Interpretation strittiger Bilanzierungsfragen zuständige Gruppe der Stiftung International Financial Reporting Standards Foundation (IFRSF).

IFRS (International Financial Reporting Standards)

Internationale Vorschriften für die Rechnungslegung. Im Unterschied zum handelsrechtlichen Jahresabschluss steht bei den IFRS die anlegerorientierte Informationsfunktion im Vordergrund.

Indoor Farming

Der Anbau von Obst, Gemüse oder Kräutern in geschlossenen Räumen.

ISAE 3402 (International Standard on Assurance Engagements)

Internationaler Audit-Standard für Prüfberichte von Dienstleistungsunternehmen, der den Prüfaufwand reduziert und die Revisionsstelle der Kunden unterstützt.

K

Kapitalkostensatz

Siehe Weighted Average Cost of Capital (WACC)

Kapitalrendite

Siehe Return on Capital Employed (RoCE)

L

Lebensmittel (Food), Nichtlebensmittel (Non-Food)

Die METRO GROUP fasst unter dem Begriff Lebensmittel (Food) folgende Warengruppen zusammen: frische Lebensmittel, haltbare Lebensmittel, Nahrungsmittel, Tiefkühlprodukte und Getränke aller Art sowie Genussmittel, Nahrungsergänzungsmittel, Heimtiernahrung, aber auch Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, die bisweilen auch als Near-Food bezeichnet werden. Alle übrigen Waren zählen zu den Nichtlebensmitteln.

M

Marine Stewardship Council (MSC)

Der MSC wurde 1997 von der Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) und dem Lebensmittelkonzern Unilever gegründet. Die gemeinnützige und unabhängige Organisation setzt sich weltweit für nachhaltige Fischerei ein und vergibt ihr Umweltsiegel an nachhaltig arbeitende Fischereibetriebe. Grundlage hierfür sind spezielle Zertifizierungsprogramme.

Mark-to-Market-Bewertung

Ermittlung des Fair Values von Finanzinstrumenten auf Basis der zum konkreten Zeitpunkt jeweils gültigen Marktpreise.

Mehrkanalvertrieb

Strategie des Handels, Kunden über mehrere miteinander verzahnte Vertriebswege gleichzeitig zu erreichen, zum Beispiel über Filialen und Internetshops.

Mobile Commerce

Sonderform des E-Commerce. Die elektronische Vermarktung und der Handel mit Waren und Dienstleistungen erfolgen hierbei über mobile Endgeräte, beispielsweise Smartphones.

Multichannel-Vertrieb

Siehe Mehrkanalvertrieb

Multispecialists

METRO Cash & Carry Länder, die sich strategisch sowohl auf Kunden aus dem Horeca- als auch aus dem Trader- und SCO-Bereich fokussieren, werden seit dem Geschäftsjahr 2015/16 strukturell dem Segment Multispecialists zugeordnet. Hierzu gehören Österreich, Belgien, Bulgarien, China, Kroatien, Indien, Kasachstan, Niederlande, Pakistan, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn. Die neuen Segmente Horeca, Multispecialists und Trader ersetzen die bisherigen Berichtsregionen Deutschland, Westeuropa, Osteuropa und Asien.

N

Nettobetriebsvermögen

Das Nettobetriebsvermögen umfasst Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie in der Position „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ enthaltene Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen aus Kreditkarten und geleisteten Anzahlungen auf Vorräte. Von diesen Posten abgezogen werden Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber Kunden, abgegrenzte Umsätze aus Gutscheinen und Kundentreueprogrammen, Rückstellungen für Kundentreueprogramme und Rückgaberechte sowie erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen.

Nettoverschuldung

Die Nettoverschuldung wird ermittelt durch Saldierung der Finanzschulden inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen mit den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten gemäß Bilanz sowie den Geldanlagen. Geldanlagen umfassen kurzfristige Guthaben bei Kreditinstituten sowie kurzfristig veräußerbare Schuldtitel.

New Operating Model

Neues Organisations- und Führungsmodell bei METRO Cash & Carry, das den Unternehmergeist in der Organisation fördern soll, indem den Landesgesellschaften sowohl mehr operative Verantwortung als auch mehr Gestaltungsfreiheit übertragen wird, gleichzeitig aber kundengruppenspezifische Maßnahmen (beispielsweise für Hotels, Restaurants und Caterer) länderübergreifend koordiniert werden.

No-Line-Handel

Bezeichnung für eine Weiterentwicklung des Omnichannel-Vertriebs, bei der alle Absatzkanäle – online wie offline – maximal vernetzt und integriert sind. Der Kunde nimmt keine Unterschiede zwischen den einzelnen Vertriebskanälen wahr.

O

Omnichannel-Handel, Omnichannel-Vertrieb

Weiterentwicklung des Mehrkanalvertriebs. Verbindung des traditionellen stationären Handelsgeschäfts mit E-Commerce, sozialen Medien und Applikationen für Smartphones und Tablets. Die Integration aller Kanäle bietet Konsumenten ein flexibles und nahtloses Käuferlebnis, denn die Kanäle sind in jeder Kaufphase ganzheitlich miteinander verknüpft.

P

Performance Share

Erfolgsabhängige Beteiligung. Ein Performance Share berechtigt den Besitzer zu einer Barauszahlung in Höhe des Aktienkurses.

Pop-up-Store

Ladengeschäft, das an einem Standort über Nacht eröffnet (englisch to pop up – plötzlich auftauchen) und nur für einen begrenzten Zeitraum von Tagen, Wochen oder Monaten dort ansässig ist.

Portfolioeffekt

Anpassungen der Konzernstruktur werden als Portfoliomaßnahmen beziehungsweise Portfolioeffekte bezeichnet.

Prozesskette

Unterschiedliche Prozesse, die zur Wertschöpfung eines Unternehmens beitragen. Bei der METRO GROUP sind das beispielsweise Logistik, Marketing und Vertrieb.

R

Rating

Rating bezeichnet im Finanzwesen die systematische, qualitative Bewertung von Emittenten hinsichtlich ihrer Bonität. Es wird durch unterschiedliche Bonitätsstufen ausgedrückt. Bekannte Agenturen, die Ratings durchführen, sind Standard & Poor's, Moody's und Fitch.

Return on Capital Employed (RoCE)

Kapitalrendite. Diese Kennziffer beschreibt, ob ein Unternehmen das ihm zur Verfügung stehende Kapital, abzüglich der liquiden Mittel und des kurzfristigen Fremdkapitals, profitabel einsetzt.

Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

Der RSPO mit Sitz in der Schweiz wurde 2004 durch eine Initiative des World Wide Fund For Nature (WWF) gegründet. Zu den Mitgliedern zählen Nichtregierungsorganisationen sowie Unternehmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette des Palmöls, darunter Plantagenbetreiber, Händler und industrielle Abnehmer von Palmöl, aber auch Investoren und Banken. Ziel der Partner ist es, die Produktion und Verwendung von nachhaltigem Palmöl zu fördern.

S

Share Unit

Einheit für Performance Shares.

Social Compliance

Einhaltung beziehungsweise Befolgung von Gesetzen, Richtlinien, Standards, Kodizes und/oder gesellschaftlichen Konventionen, durch die eine Organisation sozial verantwortliches Handeln innerhalb ihrer Wertschöpfungs- und Lieferkette gewährleistet. Ziel ist es, auf diese Weise die Sicherheit und Gesundheit sowie grundlegende Rechte von Mitarbeitern im eigenen Unternehmen sowie in Zulieferbetrieben zu schützen.

Sonderfaktoren

Als Sonderfaktoren werden Geschäftsvorfälle beziehungsweise ein Bündel gleichartiger Geschäftsvorfälle klassifiziert, die nicht regelmäßig anfallen, sich in der Gewinn- und Verlustrechnung niederschlagen, und die Geschäftstätigkeit in ihrer Aussagekraft signifikant beeinflussen. Die Darstellung von Sonderfaktoren spiegelt deshalb den gewöhnlichen Geschäftsverlauf besser wider und leistet einen Beitrag zum besseren Verständnis der Ertragslage.

Start-up-Unternehmen

Neu gegründetes Unternehmen, das sich durch eine außergewöhnliche Idee und einen hohen Grad an Innovation auszeichnet.

T

Total Shareholder Return (TSR)

Aktienrendite

Trader

Der Begriff Trader bezeichnet bei METRO Cash & Carry die Kundengruppe der unabhängigen Wiederverkäufer wie Kioskbetreiber, Bäcker oder Metzger. Im neu geschaffenen Segment Trader werden seit dem Geschäftsjahr 2015/16 die METRO Cash & Carry Länder Moldawien, Polen, Rumänien und Ukraine zusammengefasst. Die neuen Segmente Horeca, Multispecialists und Trader ersetzen die bisherigen Berichtsregionen Deutschland, Westeuropa, Osteuropa und Asien.

V

Vertriebslinie

Gesellschaft eines Handelsunternehmens, die Filialen oder Märkte mit einem bestimmten Vertriebskonzept betreibt.

Vertriebsmarke

Unternehmen mit durchgängig eigenständigem Marktauftritt. Innerhalb einer Vertriebslinie lassen sich zwei Vertriebsmarken mit identischem Vertriebskonzept positionieren. Das ist bei Media Markt und Saturn der Fall.

Vorjahr

Zeitraum von zwölf Monaten, der üblicherweise als Bezugsangabe für Aussagen im Geschäftsbericht angeführt wird.

W

Wechselkurseffekt

Der Wechselkurseffekt errechnet sich aus dem Vergleich des berichteten Umsatzes des aktuellen Geschäftsjahres in Euro mit dem Umsatz der Vorperiode, umgerechnet zum Durchschnittskurs des aktuellen Geschäftsjahres.

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 — 319
Aktie — 16 ff.
Aktionärsstruktur — 18
Aufsichtsrat — 23 ff., 148 ff., 269 ff.
Ausschüsse des Aufsichtsrats — 28 ff., 272
Ausschüttung — 17, 19, 151, 158 f., 228, 318
Aus- und Weiterbildung — 70 ff.

B

Bericht des Aufsichtsrats — 23 ff.
Bestätigungsvermerk — 306
Beteiligungen — 186 ff., 268, 275 ff.
Bilanz — 160, 168 f., 209 ff.
Bilanzgewinn — 158 f.
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden — 176 ff.
Brief an die Aktionäre — 7 ff.

C

Cashflow — 49, 98, 172, 242, 247 f.
Chancen — 77 f., 117 ff., 132 ff., 151
Compliance — 36, 117, 131
Corporate Governance — 30, 33 ff., 117

D

DAX — 16 f.
Desinvestitionen — 97 f.
Diversity (Vielfalt) — 35, 79 ff.
Dividende — 19, 151, 158 f., 318

E

EBIT — 49, 101 ff., 110 f., 166, 174 f., 248 f., 318
EBITaC — 55, 108 f.
EBITDA — 110 f., 174 f., 248 f., 318
Eigenkapitalentwicklung — 170 f.
Eigenkapitalquote — 49, 160, 318
Entsprechenserklärung — 33 f., 263
Ergebnis je Aktie — 49, 107 f., 166, 207, 318
Ertragslage — 101 ff., 158 f.

F

Finanzergebnis — 107, 166, 204
Finanzierungsmaßnahmen — 95 f., 235 ff.
Finanzkalender — 319
Finanzlage — 94 ff., 159 f.
Finanzmanagement — 94 ff.

G

Genehmigtes Kapital — 226
Geschäftsmodell — 51 ff.
Geschäftsstrategie — 41 ff.
Geschäftsverlauf — 101 ff., 158
Gewinn- und Verlustrechnung — 158, 166
Gewinnverwendung — 158 f., 228
Glossar — 309 ff.
Grundkapital — 151, 226
Grundlagen der Rechnungslegung — 176 ff.

H

Hauptversammlung — 9, 37, 319

I

Immaterielle Vermögenswerte — 192 f., 212 f.
Immobilien — 51, 106
Indexzugehörigkeit — 18 f.
Innovationsmanagement — 56 ff.
Investitionen — 97 f., 172, 174 f., 247 f.
Investor Relations — 19 f.

K

Kapitalflussrechnung — 98, 172, 247 f.
Kapitalkostensatz — 108 f.
Kapitalstruktur — 99 f.
Konsolidierung — 174 f., 186 f.
Konsolidierungsgrundsätze — 189 f.
Konzernabschluss — 165 ff.
Konzernanhang — 173 ff.
Konzernstruktur — 51 ff.
Konzernumsatz — 101 ff.
Kreditlinien — 95 f., 235 ff.
Kursentwicklung — 16 f.
Kurzfristige Vermögenswerte — 100 f., 168

L

Langfristige Vermögenswerte — 100 f., 168
Liquidität — 94 ff., 98, 254

M

Mandate — 269 ff.
Marktkapitalisierung — 18 f.
MDAX — 18 f.
Media-Saturn — 8, 44 f., 52 f., 93, 105, 174 f.
Mehrjahresübersicht — 318
Mehrkanalstrategie/-vertrieb — 41, 123 f., 133, 312
METRO Cash & Carry — 7 f., 42 ff., 52, 92, 103 f., 174 f., 225
Mitarbeiter — 70 ff.

N

Nachhaltigkeit — 19, 42, 60 ff., 123, 124 ff.
Nachtragsbericht — 112
Nettoverschuldung — 2, 9, 23, 41, 49, 54 f., 99 f., 201, 313
Nicht fortgeführte Aktivitäten — 34, 98, 106, 174 f., 248 f.

O

Organe — 269 ff.
Organisationsstruktur — 51 ff.

P

Personalaufwand — 82, 158, 208 f.
Prognosebericht — 112 ff.

Q

Qualitätssicherung — 67 f., 125 ff.

R

Rating — 95, 254 f.
Real — 9, 45 f., 52, 93, 106, 174 f.
Risiko- und Chancenbericht — 117 ff.
Risikomanagement — 117 f.

S

Sachanlagen — 168, 193 f., 213 ff.
Segmentberichterstattung — 174 f., 248 f.
Sonderfaktoren — 110 f.
Standorte — 53
Steuern — 107, 205 f.
Strategie — 41 ff.

U

Umlaufvermögen — 160
Umsatz — 101 ff.
Umsatzentwicklung — 101 ff.
Umsatzentwicklung der Vertriebslinien — 103 ff.
Umsatzentwicklung nach Regionen — 102 f.
Umsatzerlöse — 166, 174 f., 202
Unternehmensführung — 30, 33 ff., 269 ff.

V

Vergütung des Aufsichtsrats — 148 ff., 263
Vergütung des Vorstands — 135 ff., 262 f.
Versicherung der gesetzlichen Vertreter — 305
Vielfalt (Diversity) — 35, 79 ff.
Vorstand — 10 f., 273 f.

W

WACC (Gewichteter Kapitalkostensatz) — 108 f.
Währungsumrechnung — 190 f.
Weltwirtschaft — 89 f., 112 ff., 122 f.

Z

Zinsergebnis — 107, 204
Zusammengefasster Lagebericht — 49 ff.

MEHRJAHRESÜBERSICHT¹

		2010	2011	2012	2012/13 ²	2013/14	2014/15	2015/16
Finanzkennzahlen								
Umsatz (netto)	Mio. €	67.258	65.926 ³	66.739	65.679	59.937	59.219	58.417
EBITDA	Mio. €	3.726 ⁴	3.651 ⁴	3.296 ^{4,5}	3.230 ⁴	2.509 ⁴	2.458 ⁴	2.509⁴
EBIT	Mio. €	2.415 ⁴	2.372 ⁴	1.979 ^{4,5}	2.000 ⁴	1.531 ⁴	1.511 ⁴	1.560⁴
EBIT-Marge	%	3,6 ⁴	3,6 ⁴	3,0 ⁴	3,0 ⁴	2,6 ⁴	2,6 ⁴	2,7⁴
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	1.834 ⁴	1.732 ⁴	1.436 ^{4,5}	1.429 ⁴	1.060 ⁴	1.067 ⁴	1.242⁴
Periodenergebnis ⁶	Mio. €	1.139 ⁴	979 ⁴	730 ^{4,5}	580 ⁴	673 ⁴	688 ⁴	727⁴
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	1.139 ⁴	979 ⁴	730 ^{4,5}	580 ⁴	488 ⁴	549 ⁴	727⁴
davon den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis ⁶	Mio. €	850	631	17	-35	127	672	599
Investitionen	Mio. €	1.683	2.095	1.437	1.175	1.001	1.411	1.413
Bilanzsumme ⁶	Mio. €	35.067	33.987	34.802 ⁵	28.811	28.156	27.656	24.952
Eigenkapital ⁶	Mio. €	6.460	6.437	5.666 ⁵	5.206	4.999	5.172	5.332
Eigenkapitalquote ⁶	%	18,4	18,9	16,3 ⁵	18,1	17,8 ⁷	18,7	21,4
Eigenkapitalrendite nach Steuern ⁶	%	17,6 ⁴	15,2 ⁴	12,9 ^{4,5}	11,1 ⁴	13,5 ⁴	13,3 ⁴	13,6⁴
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ^{6,8}	€	2,60	1,93	0,05 ⁵	-0,11	0,39	2,06	1,83
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€	2,60	1,93	0,05 ⁵	-0,11	-0,18	-0,80	1,68
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€	0,00	0,00	0,00	0,00	0,57	2,86	0,15
Ausschüttung								
Dividende je Stammaktie	€	1,35	1,35	1,00	-	0,90	1,00	1,00⁹
Dividende je Vorzugsaktie	€	1,485	1,485	1,06	-	1,13 ¹⁰	1,06	1,06⁹
Operative Daten								
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		283.280	280.856	278.811	272.867	233.584	226.895	219.678
Standorte		2.131	2.187 ¹¹	2.243	2.221	2.063	2.068	2.064
Verkaufsfläche (1.000 m ²)		12.771	12.954	13.003	12.773	10.790	10.563	10.352

¹ Nur fortgeführte Aktivitäten (nicht fortgeführte Aktivitäten: 2013/14 und 2014/15 Galeria-Kaufhof-Gruppe)

² Ungeprüft

³ Adjustierung aufgrund eines geänderten Ausweises im Geschäftsjahr 2012

⁴ Vor Sonderfaktoren; die Sonderfaktoren werden für 2014/15 und 2015/16 auf den Seiten 110 und 111 dargestellt

⁵ Adjustierung aufgrund eines geänderten IFRS im Rumpfgeschäftsjahr 2013

⁶ Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

⁷ Adjustierung aufgrund eines geänderten Ausweises im Geschäftsjahr 2014/15

⁸ Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

⁹ Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

¹⁰ Die Dividende berücksichtigt die für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht gezahlte und nach Maßgabe der Satzung der METRO AG nachzahlende Vorzugsdividende in Höhe von 0,17 € je Vorzugsaktie

¹¹ Inklusiv der Einbeziehung der 2009 und 2010 eröffneten METRO Cash & Carry Satellitenstandorte (insgesamt 14)

INFORMATION

Herausgeber

METRO AG
Metro-Strasse 1
40235 Düsseldorf
Postfach 23 03 61
40089 Düsseldorf

METRO GROUP im Internet
www.metrogroup.de

Investor Relations

Tel.: +49 (211) 6886-1051
Fax: +49 (211) 6886-3759
investorrelations@metro.de

Konzernkommunikation und Politik

Tel.: +49 (211) 6886-4252
Fax: +49 (211) 6886-2001
presse@metro.de

Projektverantwortung, Konzept und Redaktion

Katharina Meisel

Projektmanagement

Katrin Mingels, Inga Reske,
Viktoria Rous

Kreative Umsetzung

Strichpunkt GmbH,
Stuttgart/Berlin

Redaktionelle Unterstützung und Realisation

Ketchum Pleon GmbH,
Düsseldorf

Druck

Druckstudio GmbH, Düsseldorf

Fotografie

Thomas Rabsch: S. 8, 10, 11

Bildnachweis

METRO AG

Zertifizierungen

Der vorliegende Geschäftsbericht besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier. Mit dem Kauf von FSC®-Produkten fördern wir verantwortungsvolle Waldwirtschaft, die nach strengen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Kriterien des Forest Stewardship Council® überprüft wird.



FTSE4Good



Disclaimer

Der vorliegende Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse werden erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen können. Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der METRO GROUP unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Die METRO GROUP übernimmt in Bezug auf diese zukunftsgerichteten Aussagen keine gesonderte Verpflichtung, Berichtigungen zu veröffentlichen oder Aktualisierungen vorzunehmen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum dieser Materialien eingetreten sind.

Die innerhalb des Geschäftsberichts genannten und gegebenenfalls durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Markenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer. Das Copyright für veröffentlichte, von der METRO AG selbst erstellte Objekte verbleibt bei ihr. Eine Vervielfältigung oder Verwendung solcher Grafiken, Videosequenzen und Texte in anderen elektronischen oder gedruckten Publikationen ist ohne ausdrückliche Zustimmung der METRO AG nicht gestattet.

Veröffentlicht am 14. Dezember 2016

FINANZKALENDER 2016/17

10.01.2017

UMSATZMELDUNG
WEIHNACHTSQUARTAL
2016

03.02.2017

QUARTALSMITTEILUNG
Q1 2016/17

06.02.2017

HAUPTVERSAMMLUNG
2017

31.05.2017

HALBJAHRES-
FINANZBERICHT
H1/Q2 2016/17

31.08.2017

QUARTALSMITTEILUNG
9M/Q3 2016/17

Den Geschäftsbericht 2015/16 sowie den
Kurzbericht 2015/16 finden Sie auch im Internet:
WWW.METROGROUP.DE/KLARHEIT/DOWNLOADS