AN UNSERE AKTIONÄRE

7 BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

12 DER VORSTAND

14 RÜCKBLICK

16 METRO AKTIE

07 – 19

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Geschäftsjahr 2017/18 sind wir auf unserem Weg zu einer vollkommenen Fokussierung auf den Großhandel signifikant vorangekommen und haben einiges bewegt. Wir haben in vielen Bereichen erhebliche Fortschritte erzielt und entscheidende Weichen gestellt, aber wir mussten auch eine Reihe von unerwarteten Hindernissen meistern. Veränderung und Bewegung sind entscheidend für die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens. Die Transformation der METRO AG zum leistungsstarken Partner für kleine und mittelgroße Unternehmen in der Gastronomie und im Einzelhandel ist weit fortgeschritten. Sie wird weitergehen und gemeinsam mit unseren Kunden, unseren Partnern und unserer einzigartigen Mannschaft werden wir noch sehr viel bewegen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten wir den flächenbereinigten Umsatz leicht steigern und auch das wechselkursbereinigte EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen leicht verbessern. Dies ist uns trotz erheblicher negativer makroökonomischer Volatilität in einzelnen Märkten wie Russland gelungen. Eine Neueinschätzung der Marktgegebenheiten in Russland sowie die notwendige Beendigung der Vereinbarung mit Verdi in Bezug auf Real erforderten eine Korrektur unserer Prognose im April 2018. Dies war schmerzhaft und hat Vertrauen am Kapitalmarkt gekostet. Mit den eingeleiteten Maßnahmen in unserem russischen Geschäft konnten wir in der 2. Jahreshälfte verdeutlichen, dass wir die Probleme konkret angehen und lösen, was sich auch in Fortschritten reflektiert.

Zum Ende des Geschäftsjahres haben wir uns dafür entschieden, das SB-Warenhausgeschäft zu veräußern. Dieser wichtige Schritt in Richtung einer vollständigen Fokussierung auf den Großhandel wurde möglich, nachdem wir die Voraussetzungen für eine erfolgreiche und unabhängige Zukunft von Real geschaffen haben. Neben dem Food-Lover-Konzept und der starken Online-Präsenz war die Sicherstellung von wettbewerbsfähigen Kostenstrukturen ein ganz entscheidender und bahnbrechender Schritt.

Der Hauptversammlung der METRO AG werden wir daher eine Dividende von 0,70 € je Aktie vorschlagen. Dieser Dividendenvorschlag entspricht 74 % des Ergebnisses je Aktie von 0,95 € und liegt damit über der Ausschüttungsquote von 45 bis 55 %, welche die Dividendenpolitik der METRO AG vorsieht. Wir halten diese Abweichung für angemessen, um Ihnen, liebe Aktionäre, nach einem Geschäftsjahr mit Prognoseanpassung und damit verbundener negativer Kursentwicklung eine attraktive Dividendenrendite und Dividendenkontinuität zu bieten und unser Vertrauen in die Zukunft von METRO zu demonstrieren. Gleichzeitig sind wir in Bezug auf Free Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und Investitionstätigkeit sowie Nettoverschuldung des Geschäftsjahres 2017/18 ausreichend stark aufgestellt, um uns eine solche Ausschüttung gut leisten zu können. Dies ist auch dadurch bedingt, dass das Ergebnis je Aktie in diesem Jahr spürbar durch die nicht cash-wirksame Geschäfts- und Firmenwertabwertung bei Real beeinträchtigt wurde. Ich lade Sie herzlich ein, auf unserer Hauptversammlung am 15. Februar 2019 in Düsseldorf dabei zu sein.

METRO Wholesale
Im Großhandel konnten wir trotz herausfordernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen unsere Relevanz für unabhängige Unternehmer weiter ausbauen. Mit einem flächenbereinigten Umsatzwachstum im 5. aufeinanderfolgenden Jahr setzen wir unsere erfreuliche Entwicklung fort. Insbesondere in Osteuropa (ohne Russland) und Asien war die Entwicklung sehr positiv. Unser Stammgeschäft in Deutschland ist im Geschäftsjahr 2017/18 flächenbereinigt wieder gewachsen, was sehr erfreulich ist. Der berichtete Gesamtumsatz wird allerdings durch negative Währungseffekte beeinträchtigt.

Im Geschäftsjahr 2017/18 haben wir unser Profil weiter geschärft und uns noch konsequenter auf die Kundengruppen Hotels, Restaurants und Cateringunternehmen (HoReCa) und unabhängige Einzelhändler (Trader) fokussiert. Durch die Intensivierung von Kundenbeziehungen konnten wir den Umsatz mit unseren wiederkehrenden Kunden vor allem im Bereich HoReCa deutlich steigern. Diese klare Fokussierung zahlt sich aus. Wir konnten im Geschäftsjahr 2017/18 ein flächenbereinigtes Wachstum mit HoReCa-Kunden von 3,6 % und bei den unabhängigen Händlern[1] von 4,6 % erzielen. Der Food-Umsatz stieg um 1,9 %, was ebenfalls die deutliche Ausrichtung auf unsere Hauptzielgruppen dokumentiert und die Abhängigkeit von komplementären Angeboten reduziert. Unsere Ausrichtung auf die Gastronomie wird in den kommenden Jahren noch weiter zunehmen. Hier sehen wir einen Trend, denn der Hospitality-Sektor wächst und wird in Zukunft weiteres Potenzial für unsere Kunden und uns bieten. In vielen Ländern führen bessere wirtschaftliche Rahmenbedingungen und steigende Einkommen zu Veränderungen im Konsumverhalten. Der Stellenwert von Ernährung sowie die Bereitschaft, aber auch Notwendigkeit zum Konsum außer Haus steigen kontinuierlich an. Um von dieser positiven Entwicklung gemeinsam mit unseren Kunden zu profitieren, stehen wir ihnen mit einem breiten Sortiment und bedarfsgenauen Services als verlässlicher Partner zur Seite – egal ob sie ihren Einkauf im Markt, über die Belieferung, über unser Kundenmanagement oder online bei uns tätigen. Die klare Fokussierung auf unsere HoReCa-Kunden spiegelt sich auch in der Modernisierung unseres stationären Geschäfts wider, z. B. durch den Umbau des METRO Großmarkts an unserem Heimatstandort Düsseldorf. Um Gastronomen Zeit bei ihrem Einkauf zu sparen, wurden die Laufwege optimiert und auch das Sortiment wurde stärker auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten.

[1] Trader-Länder: Bulgarien, Indien, Pakistan, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Tschechien.

Wie eingangs schon erwähnt, haben wir bei METRO Russland im vergangenen Jahr Herausforderungen verzeichnen müssen. Wir haben inzwischen ein weitestgehend neues Managementteam aus langjährigen, sehr erfahrenen METRO Kollegen in Russland eingesetzt, die diese Entwicklungen korrigieren. Mit einem neuen, attraktiven Preismodell verzeichnen wir wieder Volumenzuwächse und eine langsame Verbesserung des Umsatztrends. Im russischen Markt, der stark durch unabhängige Einzelhändler geprägt ist, forcieren wir den Ausbau des Franchise-Konzepts Fasol, das die Händler unterstützt. So konnten wir zuletzt einen deutlichen Anstieg der Vertragsabschlüsse und Shop-Eröffnungen von Fasol erzielen. Unser Ziel ist es, bis zum Jahr 2020 mehr als 3.000 Franchise-Stores in Russland zu haben. Durch die Bündelung administrativer Prozesse können wir außerdem Kosten einsparen. Mit dieser Vielzahl von Maßnahmen sehen wir uns gut aufgestellt, um künftig wieder mehr Anteile am Trader- und HoReCa-Markt in Russland zu sichern.

Sehr dynamisch entwickelt sich weiterhin das Belieferungsgeschäft von METRO Wholesale mit einem 2-stelligen Wachstum und einem Anteil von 18 % am Gesamtumsatz. Dieser Trend wird u. a. durch die Belieferungsspezialisten Classic Fine Foods in Asien, Pro à Pro in Frankreich sowie Rungis Express in Deutschland und der Schweiz gestärkt. Der Ausbau der Depotnetzwerke und der Out-of-Store-Belieferung in den METRO Ländern trägt ebenfalls zu dieser erfreulichen Entwicklung bei. Und auch unsere Digitalisierungsinitiativen zeigen eine positive Wirkung. Mit unserem M-Shop bieten wir unseren Kunden eine Plattform, um 24 Stunden am Tag an 7 Tagen pro Woche schnell und einfach Ware bei uns zu bestellen. Mittlerweise werden 17 % der Bestellungen online abgewickelt. Die Driver-App, die die Fahrer in unseren Lieferdepots nutzen, sorgt für eine Verbesserung der Prozesse und eine Steigerung des Servicelevels.

Das Jahr 2018 stand auch im Zeichen der Neuausrichtung unseres Eigenmarkensortiments. Mit der Einführung der neuen Eigenmarken METRO Chef, METRO Premium und METRO Professional haben wir unser Sortiment noch stärker an den Bedürfnissen unserer Kunden ausgerichtet.

Darüber hinaus haben wir den Net Promoter Score (NPS), mit dem wir die Kundenzufriedenheit messen, flächendeckend eingeführt. Das Tool bietet die Möglichkeit, präzise Kritikpunkte und Verbesserungsvorschläge von Kunden zu erfassen, Ineffizienzen aufzuheben und somit den bestmöglichen Kundenmehrwert zu bieten. Und ein höherer Grad an Kundenloyalität bedeutet auch einen höheren Anteil an wiederkehrenden Kunden mit einem höheren Wareneinkauf.

Die Digitalisierung eröffnet vollkommen neue Möglichkeiten für unsere Kunden. Wir haben in den letzten Jahren intensiv an der Identifikation von neuen Lösungen und an der Validierung des Mehrwerts gearbeitet. Wir haben hierfür einen eigenen Geschäftsbereich aufgebaut: Hospitality Digital. Hier erarbeiten wir mit unseren Kunden neue Konzepte, entwickeln eigene Applikationen, testen diese in Piloteinrichtungen in 5 Großstädten und kooperieren mit anderen Technologieunternehmen, um die Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit mit digitalen Lösungen weiter zu stärken. Auf der Basis der hervorragenden Rückmeldung unserer Kunden und der substanziellen Vorteile, die wir für sie ermöglichen, haben wir eine neue Plattform, dish.co, geschaffen. Über diese Online-Plattform vermarkten wir unsere eigenen Lösungen wie beispielsweise die digitale Tischreservierung oder die Online-Präsenz, aber auch weitere Anwendungen anderer Anbieter. Ferner vermitteln wir Wissen und machen auf Veranstaltungen aufmerksam, die den Einstieg in die digitale Welt erleichtern und den Nutzen erhöhen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten wir über 100.000 Kunden digital anbinden. Wir werden die eingeschlagene Strategie in den kommenden Jahren intensiv ausbauen und somit signifikante Vorteile für unsere Kunden generieren, unsere Relevanz und damit die Kundenbindung steigern sowie neue Kunden gewinnen. Darüber hinaus eröffnen sich durch die Digitalisierung vollkommen neue Geschäftsmöglichkeiten, an denen wir mit Nachdruck arbeiten.

Neben der Modernisierung der Geschäftsmodelle arbeiten wir auch an zukünftigen Sortimenten. Im März 2018 haben wir erfolgreich unseren Innovations-Hub NX-FOOD gestartet. Damit fördern wir die Entwicklung und den Vertrieb von neuen Lebensmittellösungen und -konzepten im Handels- und Gastronomieumfeld und gestalten so die Zukunft der Lebensmittelbranche aktiv mit.

Nicht zuletzt haben wir im Laufe des Geschäftsjahres mit der Schärfung unseres Nachhaltigkeitsansatzes METRO SUSTAINABLE aufgezeigt, wie wir als Unternehmen wirtschaften, um Mehrwert für unsere Kunden zu generieren, gleichzeitig nachhaltig mit Ressourcen umzugehen und positiv in der Gesellschaft zu wirken. Als starker und verlässlicher Partner für unabhängige Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette wollen wir auf eine verantwortungsvolle Art und Weise mehr tun für die Menschen, die sich tagtäglich mit voller Leidenschaft ihrem Geschäft widmen. Handlungsleitend für unser Unternehmen sind dabei die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs), zu deren Erreichung wir als wertschöpfender

Teil der Gesellschaft mit unseren Unternehmensaktivitäten beitragen.

Dass METRO als Unterstützer von kleinen und mittelgroßen Unternehmen um die Bedürfnisse der Kunden weiß, zeigt die neue internationale Markenkampagne. Mit dem Claim „Your Success is our Business“ unterstreichen wir unser Selbstverständnis, dass der Erfolg unserer Kunden bei uns stets im Mittelpunkt steht. Heruntergebrochen wird der Claim auf eine einzelne, wesentliche Idee: Wir arbeiten nicht für METRO, wir arbeiten für unsere vielen Kunden, um sie erfolgreich zu machen. Dabei unterstützen wir METRO Kunden aus über 20 Ländern als Markenbotschafter unserer Kampagne.

Real

Real hat in den vergangenen Jahren eine intensive Transformation durchlaufen. Mit dem Konzept der Markthalle haben wir ein Modell eingeführt, das unsere Kunden begeistert annehmen. Es kombiniert die Inszenierung von Frische-Produkten mit einer integrierten Erlebnisgastronomie, in der die Kunden mit allen Sinnen angesprochen werden. In unserem Krefelder Markt verzeichnen wir bei den nachhaltigen Kundenbesuchen einen Zuwachs von rund 30 %. Mit rund 80.000 Artikeln verfügen wir nicht nur über eine herausragende Produktauswahl, die im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ihresgleichen sucht, wir sind auch Innovationstreiber und bieten unseren Kunden neue Trendprodukte an. Im Oktober 2018 haben wir in Braunschweig einen weiteren Markt wiedereröffnet, der nach diesem Konzept gestaltet ist. 2019 folgt ein 3. Markt in Bielefeld. Darüber hinaus werden wir ca. 12 Märkte mit Modulen aus dem hybriden Konzept der Markthalle ausstatten.

Erfreulich ist auch die Entwicklung des Online-Geschäfts bei Real. Mit über 5.000 Partnern bietet Real über 12 Millionen Artikel an. Das ist das größte Sortiment, das in der Geschichte unseres Unternehmens jemals angeboten wurde. Entsprechend stark ist die wirtschaftliche Dynamik. Der Gross Merchandise Value, also der Bruttowarenwert über die Plattform, wuchs im Geschäftsjahr 2017/18 mit 90 % auf 380 Mio. €. Damit sind wir einer der am schnellsten wachsenden Online-Marktplätze in Deutschland. Und wir wollen unsere E-Commerce-Aktivitäten noch enger mit dem stationären Handel verknüpfen. Kunden können sich über die Plattform Real.de bestellte Artikel in ihren nächstgelegenen Real Markt schicken lassen und dort abholen. Zusätzlich testen wir in 15 Städten die Zustellung von online bestellten Lebensmitteln. Damit können wir rund 13 Millionen Haushalte erreichen.

Zudem haben wir begonnen, die deutlichen Wettbewerbsnachteile durch die hohen Personalkosten von Real im Vergleich zu anderen Lebensmitteleinzelhändlern zu korrigieren. Inzwischen hat Real bereits mehr als 3.000 Mitarbeiter zu neuen, wettbewerbsfähigen Tarifkonditionen eingestellt. Für die Bestandsmitarbeiter wurde Lohnkontinuität zugesagt, sie mussten keine Einbußen bei der Entlohnung hinnehmen.

Das Konzept der Markthalle, ein wachsendes Online-Geschäft und wettbewerbsfähige Kostenstrukturen schaffen die Voraussetzung für eine Wertsteigerung von Real. Meine Vorstandskollegen und ich haben am 13. September 2018 entschieden, einen Verkaufsprozess für Real einzuleiten. METRO wird sich vollständig auf das Großhandelsgeschäft fokussieren. Darin sehen wir sowohl für Real als auch für METRO Wholesale eine große Chance für die wirtschaftliche Weiterentwicklung.

Ausblick

Das Geschäftsjahr 2017/18 war für METRO insgesamt erfolgreich. METRO hat den flächenbereinigten Umsatz im Geschäftsjahr 2017/18 um 0,7 % gesteigert. Der berichtete Umsatz von 36,5 Mrd. € lag aufgrund negativer Wechselkursentwicklungen um 1,7 % unter dem Vorjahr. Das EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen betrug 1.396 Mio. €. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag das EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen 16 Mio. € über dem Vorjahreswert. Somit hat METRO die angepassten Ziele für das Geschäftsjahr 2017/18 erreicht.

Das zum Verkauf stehende SB-Warenhausgeschäft wird aufgrund des laufenden Verkaufsprozesses zum 30. September 2018 als nicht fortgeführte Aktivität ausgewiesen. Für das Geschäftsjahr 2018/19 erfolgt die Prognose daher nur noch für den fortgeführten Bereich.

Für das Geschäftsjahr 2018/19 erwarten wir unter Annahme von stabilen Wechselkursen und ohne Portfolioanpassungen ein Wachstum des Gesamtumsatzes und des flächenbereinigten Umsatzes von 1 bis 3 %. Dazu werden insbesondere Osteuropa (ohne Russland) und Asien beitragen. Für Russland wird eine spürbare Trendverbesserung erwartet.

Beim Ergebnis erwartet METRO ein um etwa 2 bis 6 % gegenüber dem Berichtsjahr 2017/18 (1.242 Mio. €) reduziertes EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen. Der Grund hierfür sind höhere Investitionen in die Bereiche IT und Digital sowie ein aufgrund der weiterhin anhaltenden makroökono-

mischen Herausforderungen erwarteter Ergebnisrückgang in Russland. Für alle anderen Segmente wird ein EBITDA auf dem Niveau des Vorjahres erwartet.

Ich möchte nach Abschluss des Geschäftsjahres 2017/18, in dem vieles in Bewegung war, vor allem meinen Kolleginnen und Kollegen meinen herzlichsten Dank aussprechen. Durch ihr Engagement hat sich METRO zu einem modernen Unternehmen entwickelt, das sein Kerngeschäft im Fokus hält, sich immer wieder neuen Herausforderungen stellt und über die Grenzen des Geschäftsmodells hinausdenkt. Unsere engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen durch den direkten Kundenkontakt dafür, dass auch unsere Kunden zufriedener sind. Unsere jährliche Mitarbeiterumfrage zeigt, dass wir hier große Fortschritte gemacht haben. Wir haben mit 78 % in diesem Jahr den höchsten Employee-Engagement-Index, den METRO je zu verzeichnen hatte. Der Durchschnitt im Handelssektor liegt bei 63 %.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, mein Dank für Ihr Vertrauen fällt nach einem Jahr mit vielen Herausforderungen ganz besonders groß aus. Ich kann Ihnen versichern: All das, was wir im Geschäftsjahr 2017/18 erreicht haben, ist noch nicht genug. Wir werden weiterhin neugierig bleiben und daran arbeiten, den Bedürfnissen unserer Kunden noch besser gerecht zu werden und die vertrauensvollen Beziehungen mit ihnen auszubauen. Wir bleiben also in Bewegung.

Ihr

Olaf Koch
VORSITZENDER DES VORSTANDS DER METRO AG

DER VORSTAND

OLAF KOCH

Vorsitzender des Vorstands

Zuständigkeitsbereiche
Corporate Communications, Corporate Public Policy, Corporate Development einschließlich Strategie und M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Investor Relations, METRO Wholesale Länderzuständigkeiten: Bulgarien, Deutschland inkl. Rungis Express, Kroatien, Moldawien, Österreich, Serbien, Slowakei, Tschechien, Rumänien, Ukraine und Ungarn, Hospitality Digital, Real.

Kurzprofil
Olaf Koch ist seit dem 2. März 2017 Vorstandsvorsitzender der METRO AG und bis zum 1. März 2022 bestellt. Vom 1. Januar 2012 bis zum 12. Juli 2017 war er Vorsitzender des Vorstands und vom 14. September 2009 bis Ende 2011 Mitglied des Vorstands (Finanzvorstand) der ehemaligen METRO AG (jetzt CECONOMY AG). Zuvor war er beim Finanzinvestor Permira tätig. Seine Karriere startete der Diplom-Betriebswirt 1994 bei der Daimler-Benz AG. Zwischen 2002 und 2007 war er Mitglied der Geschäftsleitung der Mercedes Car Group.

CHRISTIAN BAIER

Finanzvorstand

Zuständigkeitsbereiche
Corporate Accounting, Corporate Controlling & Finance, Corporate Risk Management, Corporate Tax, Corporate Treasury, METRO PROPERTIES, METRO LOGISTICS, MIAG, METRO Insurance Broker.

Kurzprofil
Christian Baier ist seit dem 11. November 2016 Mitglied des Vorstands der METRO AG und bis zum 30. September 2020 bestellt. Vom 1. Juli 2015 bis zum 1. März 2017 war er Chief Financial Officer (CFO) von METRO Wholesale, zuvor hatte er die Position Group Director Strategy, Business Innovation and M&A bei der ehemaligen METRO AG inne. Er trat 2011 als Mitglied der Unternehmensleitung/Head of Finance and Administration – C+C Schaper – bei METRO Deutschland (vormals METRO Cash & Carry Deutschland) ein. Zuvor war der Diplom-Betriebswirt (BA) und MBA-Absolvent der New York University beim Finanzinvestor Permira und bei verschiedenen Banken tätig.

HEIKO HUTMACHER

Chief Human Resources Officer und Arbeitsdirektor

Zuständigkeitsbereiche
Human Resources (Campus HR, Compensation, Benefits & International Assignment, Global Talent Management & Recruiting, HR Operations & Leadership, Labour Relations Germany & Labour Law), Corporate Responsibility, Global Business Services, Group Internal Audit, METRO-NOM, METRO SERVICES.

Kurzprofil
Heiko Hutmacher ist seit dem 2. März 2017 Mitglied des Vorstands, seit dem 31. August 2017 Arbeitsdirektor der METRO AG und als solcher bis zum 30. September 2020 bestellt. Vom 1. Oktober 2011 bis zum 12. Juli 2017 war er Mitglied des Vorstands der ehemaligen METRO AG (jetzt CECONOMY AG) und Arbeitsdirektor. Von April 2012 bis zum Juni 2015 verantwortete Heiko Hutmacher zusätzlich das Personalressort von METRO Wholesale. Der Diplom-Kaufmann verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung im Personalmanagement, u. a. bei IBM und Akzo Nobel.

PHILIPPE PALAZZI

Chief Operating Officer

Zuständigkeitsbereiche
METRO Wholesale Zentralfunktionen (Digital Transformation, Expansion & Investment, Food Service Distribution, Global Branding & Activation, Global Business & Supplier Management, Global Food Sourcing, Global Non-Food, Global Own Brand Management, International Expansion, Quality Assurance, Supply Chain Management, Trader Franchise), METRO Wholesale Länderzuständigkeiten: Belgien, China, Frankreich inkl. Pro à Pro, Indien, Italien, Japan, Kasachstan, Niederlande, Pakistan, Polen, Portugal, Russland, Spanien und Türkei, Classic Fine Foods, METRO ADVERTISING, METRO SOURCING International.

Kurzprofil
Philippe Palazzi ist seit dem 7. Mai 2018 Mitglied des Vorstands der METRO AG und bis zum 30. September 2021 bestellt. Vom 1. Juli 2015 bis zum 6. Mai 2018 war er Operating Partner mit Zuständigkeit für METRO Frankreich einschließlich Pro à Pro, MAKRO Spanien und MAKRO Portugal. Zuvor war er Chief Customer and Marketing Officer bei der METRO AG und in verschiedenen Funktionen bei METRO Landesgesellschaften tätig, zuletzt als Vorsitzender der Geschäftsführung von METRO Italien.

RÜCKBLICK

AUSGEWÄHLTE EREIGNISSE AUS DEM GESCHÄFTSJAHR 2017/18

Q1 2017/18

1. Own Business Study
09.10.2017 – Anlässlich des Own Business Day 2017 veröffentlicht METRO eine repräsentative Studie, die das Unternehmertum in 10 Ländern untersucht. Rund 10.000 Personen wurden dafür nach ihren Erfahrungen bei Unternehmensgründungen befragt.

METRO eröffnet Nullenergie-Großmarkt in St. Pölten
25.10.2017 – Die Konzeption des neuen Großmarktgebäudes im österreichischen St. Pölten orientiert sich am Prinzip der Nachhaltigkeit. Sämtliche Baumaterialien stammen aus der Region und sind nach ökologischen Standards ausgewählt. Eine Photovoltaikanlage deckt den gesamten Energiebedarf des METRO Großmarkts, dessen Gebäudehülle alle Anforderungen an ein Niedrigstenergie-Gebäude erfüllt.

Q2 2017/18

METRO feiert das Jahr der Eigenmarken
01.01.2018 – Das Jahr 2018 steht u. a. im Zeichen der Neuausrichtung des METRO Eigenmarkensortiments. Mit der Einführung der neuen Eigenmarken METRO Chef, METRO Premium und METRO Professional wird das Sortiment noch stärker an den Bedürfnissen der professionellen Kunden ausgerichtet.

Ausgezeichnete Leistung im Bereich Nachhaltigkeit
05.02.2018 – RobecoSAM, eine der führenden Ratingagenturen auf dem Gebiet Nachhaltigkeit, zeichnet die Leistungen der METRO AG zum 3. Mal in Folge mit Gold in der Kategorie Food & Staples Retailing aus.

Neue Compact Stores in Frankreich
13.02.2018 – In Carcassonne eröffnet der 4. Compact Store, der nach einem neuen Marktkonzept gebaut wurde. Neben einem breiten Sortiment werden auch zahlreiche innovative Lösungen vorgestellt, darunter ein digitaler Einkaufszettel, das Self Scanning sowie ein virtueller Showroom.

Veränderung im Aufsichtsrat
16.02.2018 – Herbert Bolliger wird zum neuen Mitglied des Aufsichtsrats der METRO AG gewählt. Der selbstständige Unternehmensberater folgt als Aufsichtsratsmitglied der Anteilseigner auf Mattheus P. M. (Theo) de Raad.

METRO gründet den NX-FOOD Hub
02.03.2018 – Mit dem NX-FOOD Hub trägt METRO dazu bei, neue Lebensmittellösungen im Handels- und Gastronomieumfeld zu entwickeln. Die Ansätze und Konzepte entstehen sowohl intern bei NX-FOOD als auch in Kooperation mit externen Partnern. Das Spektrum umfasst Themen wie Lebensmittelverschwendung und deren Reduktion, Vertical-Farming-Ansätze sowie nachhaltige Food-Konzepte und -Innovationen für Gastronomie und Endverbraucher.

Q3 2017/18

METRO kündigt Zukunftstarifvertrag mit Verdi
20.04.2018 – Nach erfolglosen Tarifverhandlungen mit Verdi über eine eigene Entgeltstruktur für Real hat die METRO AG entschieden, tarifpolitische Lösungen außerhalb der HDE-Strukturen zu schaffen und den Zukunftstarifvertrag mit Verdi gekündigt. Damit wurden die Voraussetzungen für eine wettbewerbsfähige Lohnkostenstruktur geschaffen.

METRO AG passt Prognose für das Geschäftsjahr 2017/18 an
20.04.2018 – Die METRO AG passt ihre Prognose bezüglich Ergebnis und Umsatz für das Geschäftsjahr 2017/18 an. Grundlage dafür sind die im Vergleich zur Planung verringerten Erwartungen für das 2. Halbjahr des Geschäftsjahres 2017/18.

METRO stellt IT-Bereich neu auf
01.05.2018 – Seit 1. Mai 2018 firmieren das Chief Information und Chief Solution Office und die METRO Systems Deutschland GmbH unter dem Namen METRO-NOM. Der neu aufgestellte IT-Bereich der METRO AG entwickelt innovative IT-Lösungen, z. B. für das Omnichannel-Geschäft und den E-Commerce, realisiert internationale Projekte und gestaltet so die digitale Transformation des Konzerns aktiv mit.

Veränderung im Vorstand der METRO AG
07.05.2018 – Philippe Palazzi wird vom Aufsichtsrat der METRO AG zum Mitglied des Vorstands und Chief Operating Officer der METRO AG bestellt. Er folgt auf Pieter C. Boone, der das Unternehmen in beiderseitigem Einverständnis verlässt.

„Your Success is our Business“
28.06.2018 – Unter dem Claim „Your Success is our Business“ startet METRO ihre neue internationale Markenkampagne und unterstreicht damit ihren langjährigen Einsatz für kleine und mittelgroße Unternehmer. Markenbotschafter der Kampagne sind Kunden aus mehr als 20 Ländern.

Q4 2017/18

Einkaufsallianz Horizon International etabliert
02.07.2018 – Auchan Retail, Casino Group, METRO und Schiever Group haben unter dem Namen Horizon International geltende Einkaufskooperationen vereinbart, die zukünftig die Lieferantenbeziehungen vereinheitlichen sollen.

1. transkritischer METRO Markt in Russland
26.07.2018 – METRO hat mit der Eröffnung des Markts im Moskauer Stadtteil Aparinki sein 1. transkritisches Kühlsystem in Russland in Betrieb genommen. Dieses Kühlsystem vereint modernste und hocheffiziente Kühltechnologie mit dem Anspruch von METRO, den eigenen CO_2-Fußabdruck zu minimieren.

METRO PROPERTIES veräußert einen Teil des Immobilienportfolios von MAKRO Spanien
30.07.2018 – LaSalle Investment Management erwirbt die Großhandels- und Büroflächen von 3 Immobilien in Madrid im Auftrag des Immobilienfonds Encore+. Über einen 15-Jahres-Leasingvertrag sichert sich MAKRO den fortgesetzten Betrieb mit Verlängerungsoption.

Branchenbester im Dow-Jones-Nachhaltigkeitsindex
13.09.2018 – Die METRO AG führt zum 4. Mal in Folge als Branchenbester die Gruppe Food & Staples Retailing im Dow-Jones-Nachhaltigkeitsindex an und wird für ihre ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Leistungen ausgezeichnet.

Verkaufsprozess von Real gestartet
13.09.2018 – METRO startet den Veräußerungsprozess von Real. Bereits in den vergangenen Jahren hat Real durch seine Neuausrichtung die Voraussetzungen für eine eigenständige Zukunft im deutschen Lebensmitteleinzelhandel geschaffen.

METRO PROPERTIES verkauft Grundstück in Polen
20.09.2018 – METRO PROPERTIES verkauft im polnischen Posen ein Grundstück mit neu gebauter und langjährig vermieteter Immobilie an Corum Asset Management.

METRO PROPERTIES verkauft Verwaltungsgebäude am Albertussee
27.09.2018 – Mit dem Verkauf der Verwaltungsgebäude am Albertussee an den Projektentwickler PANDION unterstützt METRO PROPERTIES, die Immobiliengesellschaft der METRO AG, das Vorhaben, mehr innerstädtischen Wohnraum in Düsseldorf zu schaffen.

Globale Selbstverpflichtung zum Umgang mit Einwegplastik
28.09.2018 – Bis 2025 sollen herkömmliche Einwegkunststoffe durch wiederverwendbare, recycelbare oder kompostierbare Alternativen ersetzt und der Übergang zu einer geschlossenen Kunststoff-Kreislaufwirtschaft gefördert werden.

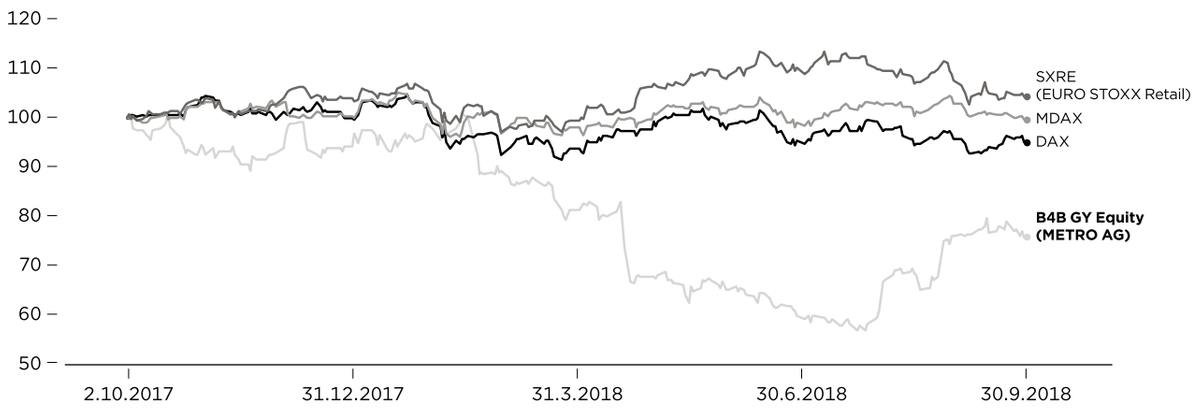
Digitalisierungsoffensive von METRO
30.09.2018 – Mit der Erstellung von Internetpräsenzen oder einem Online-Reservierungstool für Gastronomen hat sich Hospitality Digital, eine Geschäftseinheit von METRO, zu einem digitalen Lösungsanbieter für die HoReCa-Branche entwickelt. Im Geschäftsjahr 2017/18 hat Hospitality Digital bereits mehr als 100.000 neue Gastronomie-Websites erstellt.

METRO AKTIE

Nachdem der Kapitalmarkt im Börsenjahr 2017 gute Zuwächse ausweisen konnte, hat sich das Umfeld im Verlauf des Jahres 2018 negativ verändert. Die steigende Unsicherheit durch politische und geopolitische Risiken, vor allem durch den Handelsstreit mit den USA, ließ die Aktienmärkte schwanken. Der DAX entwickelte sich im Geschäftsjahreszeitraum von 12.903 auf 12.247 Punkte und lag am 30. September 2018 somit 5 % unter seinem Wert vom 1. Oktober 2017. Während der MDAX sich kaum bewegte, zeigte der EURO STOXX einen ähnlichen Verlauf wie der DAX.

Die METRO Aktie schloss das Geschäftsjahr 2017/18 im Frankfurter Xetra-Handel mit einem Kurs von 13,50 € ab. Dies entspricht einem Rückgang von 24 %. Nach einem weitgehend stabilen Kursverlauf bis zur Hauptversammlung im Februar 2018 gab die Aktie nach der Prognoseanpassung im April nach und erreichte am 26. Juli 2018 ihren Tiefststand mit einem Schlusskurs von 10,08 €. Im 4. Geschäftsquartal konnte sich der Kurs wieder erholen. Die Vorzugsaktie notierte am 30. September 2018 bei 12,61 €.

KURSENTWICKLUNG DER METRO AKTIE (%)



METRO AKTIE

			2017/18
Schlusskurs	Stammaktie	€	**13,50**
	Vorzugsaktie	€	**12,61**
Höchstkurs	Stammaktie	€	**18,00**
	Vorzugsaktie	€	**17,69**
Tiefstkurs	Stammaktie	€	**10,08**
	Vorzugsaktie	€	**9,93**
Ausschüttung	Stammaktie	€	**0,70**[1]
	Vorzugsaktie	€	**0,70**[1]
Dividendenrendite	Stammaktie	%	**5,2**[1]
auf Schlusskursbasis	Vorzugsaktie	%	**5,6**[1]
Marktkapitalisierung (Mrd.)		€	**4,9**

[1] Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses.

Daten auf Basis der Xetra-Schlusskurse
Quelle: Bloomberg

DATEN ZUR METRO AKTIE

	Stammaktie	Vorzugsaktie
Börsenkürzel	B4B GR	B4B3
Wertpapierkennnummer	BFB001	BFB002
ISIN-Code	DE000BFB0019	DE000BFB0027
Reuters-Kürzel	B4B.DE	B4B3_p.DE
Bloomberg-Kürzel	B4BGR	B4B3GR
Anzahl der Aktien	360.121.736	2.975.517
Börsensegment der Frankfurter Wertpapierbörse	Prime Standard	Prime Standard
Börse	Frankfurt, Luxemburg	Frankfurt, Luxemburg

Aktionärsstruktur der METRO AG

Die Aktionärsstruktur hat sich im Vergleich zum 30. September 2017 im Geschäftsjahr 2017/18 verändert. Die größten Anteilseigner der METRO AG sind zum 22. November 2018 die mittelbaren Aktionäre Franz Haniel & Cie. GmbH (15,20 % Stimmrechtsanteil), die Meridian Stiftung (14,19 %), EP Global Commerce (10,91 %), die Beisheim Holding (6,56 %) sowie die CECONOMY AG (6,39 %). Diese 5 Aktionäre halten gemäß den Stimmrechtsmitteilungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) insgesamt 53,23 % der Stimmrechte.

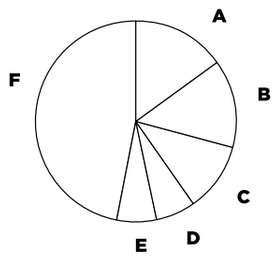
Die neue Struktur resultiert aus mehreren Stimmrechtsmitteilungen, die der METRO AG bis zur Veröffentlichung des Geschäftsberichts vorlagen. Am 24. August 2018 meldeten Daniel Křetínský und Patrik Tkáč, dass sie über die Erwerbsgesellschaft EP Global Commerce GmbH (EPGC) mit Sitz in München einen Anspruch auf Übertragung von 7,3 % der Aktien von der Haniel Finance Deutschland GmbH, einer 100 %-Tochtergesellschaft der Franz Haniel & Cie. GmbH (Haniel), und eine Call-Option auf weitere 15,2 % der Stimmrechte erworben haben. Am 20. September 2018 meldeten Daniel Křetínský und Patrik Tkáč, dass sie über die Erwerbsgesellschaft EP Global Commerce II GmbH (EPGC II) mit Sitz in München einen Anspruch auf Übertragung von 3,61 % der Stimmrechte der CECONOMY AG und eine Call-Option auf weitere 5,39 % der Stimmrechte erworben haben. Die EPGC II ist zudem Verpflichteter einer Put-Option der CECONOMY AG hinsichtlich der der Call-Option unterliegenden Stimmrechte an der METRO AG. Am 27. September 2018 wurden 3,61 % der Stammaktien der METRO AG von der CECONOMY AG auf die EPGC II übertragen, sodass die CECONOMY AG nur noch 6,39 % der Stammaktien der METRO AG hält.

Am 4. Oktober 2018 meldete Haniel, dass ihr noch 15,2 % der Stimmrechte gehören. Am 4. Oktober 2018 teilten Daniel Křetínský und Patrik Tkáč per Stimmrechtsmitteilung mit, dass sie über die Erwerbsgesellschaften EPGC und EPGC II nunmehr 10,91 % der Stimmrechte an der METRO AG innehaben und ferner Finanzinstrumente auf Übertragung von weiteren insgesamt 20,59 % der Stimmrechte halten.

Der Streubesitz der METRO AG in Höhe von 46,76 % verteilt sich auf mehrere nationale und internationale Investoren. Dabei spiegelt die Aktionärsstruktur die internationale Verteilung des Grundkapitals wider: Rund 12 % halten Investoren aus Nordamerika, gefolgt von Investoren aus dem Vereinigten Königreich und Irland mit 10 %, Europa (ohne Deutschland, Vereinigtes Königreich und Irland) mit 8,5 % und Deutschland mit 7,3 %.

Die größten institutionellen Aktionäre sind mit 3,73 % J O Hambro Capital Management Limited mit Sitz in London (Vereinigtes Königreich) und Axxion S.A. mit Sitz in Grevenmacher (Luxemburg) mit 3,04 %. Insgesamt halten die 10 größten institutionellen Anleger rund 18 % des Streubesitzes.

AKTIONÄRSSTRUKTUR[1]



	% (gerundet)	
A	**15,20**	Haniel
B	**14,19**	Meridian
C	**10,91**	EP Global Commerce
D	**6,56**	Beisheim
E	**6,39**	CECONOMY
F	**46,76**	Streubesitz
	100,00	

[1] Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Jahresabschlusses.

Die obigen Angaben basieren insbesondere auf den Mitteilungen nach §§ 21 ff. WpHG, die die METRO AG erhalten und veröffentlicht hat.

Marktkapitalisierung und Indexzugehörigkeit

Die Marktkapitalisierung der METRO AG betrug Ende September 2018 4,9 Mrd. €. Das durchschnittliche Handelsvolumen der METRO Stammaktie an der Frankfurter Börse lag im Geschäftsjahr 2017/18 börsentäglich bei rund 1,1 Mio. Aktien. Von der deutlich weniger liquiden Vorzugsaktie wurden börsentäglich rund 3.000 Aktien gehandelt.

Die Stammaktie der METRO AG ist in verschiedenen Indizes enthalten, insbesondere im MDAX. Der MDAX umfasste die 50 größten und börsenumsatzstärksten Unternehmen in Deutschland unterhalb des DAX 30. Zum 24. September 2018 wurde er auf 60 Werte erweitert, um bisher im TecDAX geführte Unternehmen aufzunehmen. Die Zusammensetzung basiert auf festen Auswahlkriterien. Neben einem Listing im Prime Standard und einem Streubesitz von mehr als 10 % bedingen die Marktkapitalisierung des Streubesitzes und der Börsenumsatz die Indexzugehörigkeit. METRO lag zum 30. September 2018 bezogen auf die Marktkapitalisierung im MDAX auf dem 34. Rang und erreichte bezogen auf den Börsenumsatz im MDAX den 24. Rang.

Darüber hinaus ist die METRO Aktie in dem globalen Index von MSCI sowie in den relevanten Branchenindizes EURO STOXX Retail und STOXX 600 Retail gelistet.

Einen wichtigen Stellenwert hat das Thema Nachhaltigkeit. METRO steht im kontinuierlichen Dialog mit nachhaltig orientierten Investoren und Analysten sowie Ratingagenturen. Die METRO AG wurde 2018 erneut als Branchenbester sowohl im international bedeutenden Nachhaltigkeitsindex Dow Jones Sustainability World als auch im Dow Jones Sustainability Europe bestätigt. Außerdem hat das Ratingunternehmen Oekom Research die METRO AG in der Großhandelsbranche (Trading Companies & Distributors) mit einer Prime-Empfehlung bewertet. METRO ist außerdem im FTSE4Good Index gelistet. Über CDP berichtet METRO seit vielen Jahren öffentlich zu den Themen Klimaschutz und Wasser. In beiden Themen erreicht METRO ein Rating von A– (Skala F bis A).

Darüber hinaus ist die METRO Aktie im MSCI World ESG Leaders Index sowie in dessen europäischem Pendant enthalten.

METRO hat mit den eingeleiteten und umgesetzten Maßnahmen für ein nachhaltiges Wirtschaften die Weichen für die Zukunft richtig gestellt.

Dividende und Dividendenpolitik

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 15. Februar 2019 eine Dividende von 0,70 € vor. Dieser Dividendenvorschlag entspricht 74 % des Ergebnisses je Aktie von 0,95 € und liegt damit über der Ausschüttungsquote von 45 bis 55 %, die die Dividendenpolitik von METRO vorsieht. Damit möchte der Vorstand trotz Prognoseanpassung die Wichtigkeit der Dividendenkontinuität und sein Vertrauen in die Zukunft von METRO demonstrieren. Die Dividendenrendite auf Basis des Schlusskurses am 30. September 2018 beträgt 5,2 % für die METRO Stammaktie und 5,6 % für die Vorzugsaktie.

Analystenempfehlungen

23 Analysten haben die METRO Aktie im Geschäftsjahr 2017/18 regelmäßig bewertet und Studien veröffentlicht. 18 Analysten bewerten die METRO Aktie mittel- bis langfristig neutral, 3 Analysten raten zum Kauf und 2 Analysten empfehlen, die Aktie zu verkaufen. Der Median der Kursziele lag Ende September 2018 bei 12,50 €.

Einstufung	Institut	Sitz	Kursziel (€)
Kaufen	Equinet	Frankfurt	17,00
	Solventis	Mainz	18,00
	Warburg Research	Hamburg	13,00
Halten	Barclays	London	11,40
	BAML	London	14,00
	Berenberg	London	12,20
	Bernstein	London	12,40
	Commerzbank	Frankfurt	15,00
	Deutsche Bank	London	12,00
	Exane	London	12,40
	HSBC	London	14,00
	Invest Securities	London	12,60
	Jefferies	London	11,20
	J.P. Morgan	London	12,50
	Kepler Cheuvreux	Frankfurt	14,40
	LBBW	Stuttgart	12,40
	Macquarie Group	London	17,00
	Morgan Stanley	London	18,00
	Oddo	Paris	11,00
	Raymond James	London	NN
	Société Générale	Paris	12,00
Verkaufen	Baader Bank	München	10,00
	DZ Bank	Frankfurt	11,80

Investor Relations

Investor Relations steht im kontinuierlichen Dialog mit Analysten, institutionellen Investoren und Privatanlegern. Das Team orientiert sich dabei an den Grundsätzen einer kundenorientierten Kapitalmarktbetreuung:

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

Neben der regelmäßigen Quartals- und Jahresberichterstattung steht das Investor-Relations-Team auch für persönliche Gespräche zur Verfügung. Zusammen mit dem Vorstand verbrachte das Team 14 Tage auf Roadshow und 11 Tage auf Investorenkonferenzen. Zusätzlich führte es zahlreiche Einzel- und Gruppengespräche, Marktbesichtigungen und Telefonkonferenzen durch. Im März 2018 hat METRO Analysten und Investoren zu einem Capital Markets Day nach Moskau eingeladen, um die Herausforderungen und Chancen in diesem Markt aufzuzeigen. Der Fokus von METRO auf das Großhandelsgeschäft sowie die Strategie in Russland und Deutschland standen im Mittelpunkt der Kommunikation.

Auf der Website stellt Investor Relations alle Informationen rund um die Aktie in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung. Der Internetauftritt beinhaltet u. a. Erläuterungen zur Strategie und Geschäftsentwicklung, alle aktuellen Publikationen, den Veranstaltungskalender und den Geschäftsbericht. Zusätzlich lassen sich alle Veranstaltungen in einem Webcast verfolgen. Darüber hinaus kann der Bereich Investor Relations direkt kontaktiert werden. Bei der jährlichen Hauptversammlung haben alle Aktionäre die Möglichkeit, sich über die aktuelle Entwicklung von METRO zu informieren.

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

Kontakt Investor Relations
METRO AG
Investor Relations
Schlüterstraße 1
40235 Düsseldorf
T +49 211 6886–1280
F +49 211 6886–490–3759
investorrelations@metro.de
www.metroag.de/investoren

METRO IN ZAHLEN

Mio. €		2015/16	2016/17[1]	**2017/18[1]**	Veränderung in %
Finanzkennzahlen					
Umsatzentwicklung flächenbereinigt	%	0,2	0,5	**0,7**	–
Umsatz (netto)		36.549	37.140	**36.534**	–1,6
davon METRO Wholesale		29.000	29.866	**29.451**	–1,4
davon Real		7.478	7.247	**7.077**	–2,3
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen		1.764	1.436	**1.396**	–2,8
davon METRO Wholesale		1.666	1.413	**1.321**	–6,5
davon Real		250	154	**143**	–7,0
davon Sonstige/Konsolidierung		–151	–131	**–69**	47,7
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen		153	175	**129**	–26,5
EBITDA		1.918	1.611	**1.525**	–5,3
EBIT		1.219	852	**740**	–13,2
Ergebnis vor Steuern		894	649	**578**	–10,9
Periodenergebnis		519	345	**348**	0,9
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert)	€	1,39[2]	0,89	**0,95**	5,9
Dividende je Stammaktie	€	0,00	0,70	**0,70[3]**	0
Dividende je Vorzugsaktie	€	0,00	0,70	**0,70[3]**	0
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit		1.173	1.027	**905**	–11,9
Investitionen		1.007	827	**811**	–2,0
Eigenkapitalquote	%	18,3	20,3	**20,5**	–
Nettoverschuldung		3.051	3.142	**3.165**	–
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		156.852	155.082	**152.426**	–1,7
Standorte		1.041	1.041	**1.048**	0,7
Verkaufsfläche (1.000 m^2)		7.377	7.249	**7.152**	–1,3

[1] Einschließlich der Werte des zur Veräußerung vorgesehenen SB-Warenhausgeschäfts.
[2] Pro-forma-Angabe der Combined Financial Statements.
[3] Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses.

MEHRJAHRESÜBERSICHT

		2013/14	2014/15	2015/16	2016/17[1]	**2017/18[1]**
Finanzkennzahlen						
Umsatz (netto)	Mio. €	38.970	37.496	36.549	37.140	**36.534**
EBITDA	Mio. €	1.753	1.606	1.918	1.611	**1.525**
EBIT	Mio. €	999	860	1.219	852	**740**
EBIT-Marge	%	2,6	2,3	3,3	2,3	**2,0**
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	469	466	894	649	**578**
Periodenergebnis	Mio. €	56	265	519	345	**348**
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	56	265	519	379	**458**
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	–	–	–	–34	**–110**
Periodenergebnis entfallend auf METRO	Mio. €	40	253	506	325	**344**
Investitionen	Mio. €	757	1.155	1.007	827	**811**
Bilanzsumme	Mio. €	17.103	18.725	15.992	15.779	**15.242**
Eigenkapital	Mio. €	826	2.651	2.924	3.207	**3.130**
Eigenkapitalquote	%	4,8	14,2	18,3	20,3	**20,5**
Eigenkapitalrendite nach Steuern	%	6,8	10,0	17,7	10,7	**11,1**
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert)	€	0,11[2]	0,70[2]	1,39[2]	0,89	**0,95**
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€	0,11[2]	0,70[2]	1,39[2]	0,99	**1,25**
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€	0,00[2]	0,00[2]	0,00[2]	–0,09	**–0,30**
Ausschüttung						
Dividende je Stammaktie	€	–	–	–	0,70	**0,70[3]**
Dividende je Vorzugsaktie	€	–	–	–	0,70	**0,70[3]**
Operative Daten						
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		173.234	165.404	156.852	155.082	**152.426**
Standorte		1.077	1.061	1.041	1.041	**1.048**
Verkaufsfläche (1.000 m²)		7.721	7.529	7.377	7.249	**7.152**

[1] Einschließlich der Werte des nicht fortgeführten SB-Warenhausgeschäfts.
[2] Pro-forma-Angabe der Combined Financial Statements.
[3] Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses.