

METRO GROUP 2013/14 mit positiver Dynamik im Jahresverlauf

METRO GROUP 2013/14 mit positiver Dynamik im Jahresverlauf
 Deutliche Fortschritte bei der Neuausrichtung - EBIT vor Sonderfaktoren bei 1.727 Mio. - Periodenergebnis deutlich über Vorjahreswert - Umsatzzuwachs von 1,3% (portfolio- und währungsbereinigt) - flächenbereinigter Umsatz legt nach Vorjahresminus leicht zu - Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren um rund 25% auf 1,84 € gesteigert - Dividendenvorschlag von 0,90 € pro Stammaktie - Nettoverschuldung deutlich um 736 Mio. € verringert - Onlinehandel und Belieferung mit deutlichen Zuwächsen - Flächenbereinigter Umsatz im 4. Quartal 2013/14 steigt um 0,7%; Zuwächse in allen Vertriebslinien - Weihnachtsgeschäft nach verhaltenem Start zufriedenstellend - Ausblick 2014/15: Wechselkursbereinigt weiterer Umsatz- und Ergebnisanstieg erwartet - Die METRO GROUP hat im Geschäftsjahr 2013/14 ihre Neuausrichtung erfolgreich fortgesetzt und dabei ihre Ziele erreicht: Mit einem EBIT vor Sonderfaktoren von 1.727 Mio. € und einem um Portfolioänderungen und Währungseffekte bereinigten Umsatzzuwachs von 1,3% lag der Düsseldorfer Handelskonzern im Rahmen der Prognose. Dazu beigetragen hat insbesondere auch die deutliche Ergebnisverbesserung bei Media-Saturn. "Wir haben bei der konsequenten Ausrichtung auf unsere Kundengruppen in den Bereichen Sortiment, Dienstleistungen und Mehrkanalvertrieb in allen Geschäften deutliche Fortschritte erzielt", sagte Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG. "Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Zahlen wider. Insbesondere das 4. Quartal war mit einem flächenbereinigten Umsatzzuwachs in allen Vertriebslinien herausragend. Um die gute Geschäftsentwicklung zu verstetigen, werden wir 2014/15 die Neuausrichtung der METRO GROUP nicht nur entschlossen fortsetzen, sondern noch weiter intensivieren." Mit einer deutlichen Verringerung der Nettoverschuldung um 736 Mio. € hat die METRO GROUP auch ihre wirtschaftliche Substanz weiter gestärkt. Um die Anteilseigner an der positiven Geschäftsentwicklung zu beteiligen, wird der Hauptversammlung eine Dividende von 0,90 € pro Stammaktie vorgeschlagen. Auch sind die Vertriebslinien der METRO GROUP insgesamt positiv in das Anfang Oktober begonnene Geschäftsjahr 2014/15 gestartet. Zwar zeigte sich das Weihnachtsgeschäft in Deutschland im November bei Lebensmitteln sowie aufgrund der milden Wetterlage auch bei Bekleidung zunächst noch verhalten, zog dann jedoch in den ersten beiden Dezemberwochen an. Insbesondere METRO Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn konnten bisher im Vorjahresvergleich Zuwächse verzeichnen. Insgesamt erwartet die METRO GROUP für 2014 ein zufriedenstellendes Weihnachtsgeschäft. Mit der zielstrebigem Umsetzung ihrer Strategien sowie zahlreichen Maßnahmen und Initiativen haben alle Vertriebslinien im Geschäftsjahr 2013/14 zur weiteren erfolgreichen Neuausrichtung der METRO GROUP beigetragen: METRO Cash & Carry feierte 2014 das 50-jährige Bestehen in allen 28 Ländern, in denen das Unternehmen vertreten ist. Gleichzeitig wurde der neue Markenauftritt der Öffentlichkeit vorgestellt. Zu den Höhepunkten der Jubiläumsaktivitäten zählten die Feiern für Kunden und Mitarbeiter in Berlin, Düsseldorf und dem Gründungsstandort Mülheim sowie die bundesweite Minitruck-Tour. Die internationale Promotion-Aktion "50 Jahre Jubelwochen", die den Kunden 50 Tage lang täglich ein Produkt zum Jubiläumspreis präsentierte, lieferte zudem wichtige Impulse für das Geschäft der Großhandelstochter. "Es ist uns im Jubiläumsjahr gelungen, die Kundenfrequenz zu erhöhen, neue Kunden zu begeistern und ehemalige Kunden wiederzugewinnen. Mindestens genauso wichtig ist aber, dass wir uns bei unseren Kunden und Mitarbeitern mit den Feierlichkeiten und den besonderen Angeboten für ihre Treue beziehungsweise ihr großes Engagement bedanken konnten", sagte Koch. Der Umsatz aus dem Belieferungsgeschäft von METRO Cash & Carry entwickelte sich weiter dynamisch und stieg in 2013/14 um 9,5% auf 2,8 Mrd. € (in lokaler Währung: +13,6%). Der Umsatzanteil der Eigenmarken erhöhte sich ebenfalls und stieg von 16,8% auf 17,0%. Ziel von METRO Cash & Carry ist es, die Belieferung sukzessive aus dem Großmarkt zu lösen und ein professionelles Food-Distribution-Konzept umzusetzen. Dazu zählen beispielsweise Zustelldepots, in denen Produkte lagern, die speziell auf die Gastronomiekunden vor Ort zugeschnitten sind. Den Anfang hat METRO Cash & Carry bereits im Geschäftsjahr 2013/14 mit ersten Depots in China und Deutschland gemacht. Media-Saturn hat im Geschäftsjahr 2013/14 seine Aktivitäten im Online- und Multichannel-Handel erfolgreich ausgebaut und etwa Europas modernsten Elektrofachmarkt eröffnet. Der neue Media Markt in Ingolstadt bietet den Kunden durch die Vernetzung von online und offline, durch interaktive Innovationen im Markt sowie durch multimediale Produktpräsentationen und Vorführmöglichkeiten ein völlig neues Einkaufserlebnis. Der über das Internet generierte Umsatz stieg bei Media-Saturn im Geschäftsjahr 2013/14 um fast 30% auf 1,4 Mrd. €. Eine Erfolgsbilanz der Neuausrichtung konnte Real Ende September 2014 ziehen: Bundesweit hatte die Vertriebslinie zu diesem Zeitpunkt 50 Standorte umgebaut und modernisiert - basierend auf dem neuen erfolgreichen Marktkonzept in Essen-Altendorf, das bereits im Oktober 2013 dort umgesetzt worden war. In allen umgebauten Märkten tritt Real nun mit einer optimierten Sortimentsstruktur, attraktiveren Preisen und einer besseren Einkaufsatmosphäre an. Im Geschäftsjahr 2014/15 sollen weitere Märkte nach dem neuen Konzept umgebaut werden. Auch Galeria Kaufhof hat sein Online-Geschäft in 2013/14 vorangetrieben. Seit Sommer 2014 ergänzt die Vertriebslinie die Beratungs- und Verkaufsgespräche in den deutschen Filialen mithilfe von rund 1.100 Tablet-Computern. Über die mobilen Minicomputer haben die Mitarbeiter Zugriff auf den Online-Shop galerie.de und können so zum Beispiel Produkte bestellen, die in der Filiale ausverkauft sind oder nicht zum üblichen Warenbestand gehören. Der Onlineumsatz von Galeria Kaufhof stieg im Geschäftsjahr 2013/14 um 64% auf 63 Mio. €. Portfolio-Optimierung erfolgreich fortgesetzt - Bei der Optimierung ihres Portfolios hat die METRO GROUP weitere Fortschritte gemacht: Ende November 2014 teilte der Handelskonzern mit, dass er seine griechische Großhandelstochter MAKRO Cash & Carry an den lokalen Einzelhändler Sklaventis verkauft hat. Die Transaktion, deren Abschluss für das 1. Halbjahr 2015 erwartet wird, umfasst das komplette operative Geschäft von MAKRO Griechenland mit neun Großmärkten sowie das zugehörige Immobilienportfolio mit einem Unternehmenswert von 65 Mio. €. "Mit dem Verkauf unseres griechischen Großhandelsgeschäfts setzen wir unseren eingeschlagenen Weg fort, dass wir uns auf die Länder fokussieren, in denen wir eine kritische Masse und eine relevante Marktpositionierung haben, auf deren Basis wir uns eine langfristige Wachstumsperspektive erschließen können", betonte Koch. Weitere Maßnahmen zur Fokussierung des Portfolios im Geschäftsjahr 2013/14 waren der Rückzug von METRO Cash & Carry aus Dänemark (voraussichtlich zum 31. Dezember abgeschlossen), die Veräußerung des Großhandelsgeschäfts in Vietnam (Vollzug der Transaktion für die 1. Jahreshälfte 2015 erwartet), der Verkauf von Real in der Türkei sowie der Verkauf der Aktienbeteiligung am britischen Großhandelsunternehmen Booker. Die Transaktionen ermöglichen es der METRO GROUP, in künftiges Wachstum zu investieren und zusätzlich die Bilanz weiter zu stärken. Geschäftsentwicklung 2013/14 - Der Umsatz der METRO GROUP stieg im Geschäftsjahr 2013/14 um 1,3% (bereinigt um Portfolioveränderungen und Währungseffekte). Auch der flächenbereinigte Umsatz legte leicht um 0,1% zu nach einem Minus von 1,3% im Vorjahr. Deutlich negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte, insbesondere durch den schwachen russischen Rubel und den Verkauf von Real Osteuropa, führten zu einem Rückgang des berichteten Umsatzes um 4,0% auf 63,0 Mrd. €. Das EBIT der METRO GROUP lag im Geschäftsjahr 2013/14 mit 1.273 Mio. € unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (2012/13: 1.688 Mio. €). Darin enthalten sind jedoch Sonderfaktoren in Höhe von 454 Mio. € (2012/13: 313 Mio. €). Diese Sonderfaktoren beinhalten insbesondere Portfoliomaßnahmen und Projekte zur Effizienzsteigerung sowie eine Wertminderung auf Geschäfts- oder Firmenwerte. Das EBIT vor Sonderfaktoren erreichte 1.727 Mio. €. Damit liegt das EBIT vor Sonderfaktoren zwar um 273 Mio. € unter dem Vorjahreswert. Jedoch ist hierbei zu berücksichtigen, dass der Vorjahreswert in Höhe von 2.000 Mio. € über das übliche Ausmaß hinausgehende Erträge aus Immobilienveräußerungen und Portfolioveränderungen enthielt. Der vergleichbare Vorjahreswert beträgt rund 1,7 Mrd. €. Die METRO GROUP hatte beim EBIT vor Sonderfaktoren ein Ergebnis spürbar über dem vergleichbaren Vorjahreswert von 1,7 Mrd. € prognostiziert und dabei nahezu konstante Wechselkurse unterstellt. Der Zielwert wurde später auf 1,75 Mrd. € bei konstanten Wechselkursen konkretisiert. Tatsächlich hat die METRO GROUP beim EBIT vor Sonderfaktoren einen Wert von 1.727 Mio. € erzielt und damit ihr Ziel erreicht. Die Belastung durch negative Wechselkurseffekte betrug 82 Mio. €. Das Periodenergebnis erreichte im Geschäftsjahr 2013/14 182 Mio. € und lag damit 124 Mio. € höher als im Vorjahreszeitraum (2012/13: 58 Mio. €). Nach Abzug der Anteile nicht beherrschender Gesellschafter verbleibt ein auf die Aktionäre der METRO AG entfallendes Periodenergebnis von 127 Mio. € (2012/13: -35 Mio. €). Dies entspricht einer deutlichen Verbesserung um 162 Mio. €. Das um Sonderfaktoren in Höhe von 491 Mio. € bereinigte Periodenergebnis beträgt 673 Mio. € (2012/13: 580 Mio. €). Die METRO GROUP erzielte im Geschäftsjahr 2013/14 ein verbessertes Ergebnis je Aktie von 0,39 € (2012/13: -0,11 €). Das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren lag bei 1,84 € (2012/13: 1,47 €). Der Vorstand der METRO AG schlägt der Hauptversammlung am 20. Februar 2015 vor, eine Dividende von 0,90 € pro Stammaktie auszuschütten. Die Dividendenpolitik der METRO AG sieht

eine Ausschüttung von 40 bis 50 Prozent des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren vor. Der diesjährige Dividendenvorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 48,9%.
Die bilanzielle Nettoverschuldung der METRO GROUP konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt um 736 Mio. ? reduziert werden und betrug 4,7 Mrd. ? zum 30. September 2014 (30.09.2013: 5,4 Mrd. ?).
Ausblick
Für das Geschäftsjahr 2014/15 erwartet die METRO GROUP wechsellkursbereinigt und basierend auf der aktuellen Konzernstruktur - trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds - ein leichtes Gesamtumsatzwachstum. Beim flächenbereinigten Umsatz geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 0,1% im Berichtsjahr erneut von einem leichten Anstieg aus.
Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2014/15 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld geprägt sein. Dennoch ist die METRO GROUP zuversichtlich, aufgrund der bereits erreichten Fortschritte bei der Neuausrichtung der Geschäftsmodelle, die auch in Zukunft fortgesetzt wird, das Ergebnis weiter leicht steigern zu können. Darüber hinaus legt die METRO GROUP auch 2014/15 wieder einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle.
Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP daher wechsellkursbereinigt eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2013/14 von 1.727 Millionen ? inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen im üblichen Rahmen.
METRO Cash
 Carry
METRO Cash
 Carry konnte den flächenbereinigten Umsatz im Geschäftsjahr 2013/14 um 1,0% steigern. Bedingt durch hohe negative Wechselkurseffekte sank der Gesamtumsatz um 2,1% auf 30,5 Mrd. ?. In Landeswährung stieg der Umsatz hingegen um 2,0%. In Deutschland ging der Umsatz von METRO Cash
 Carry nur leicht um 0,4% auf 4,8 Mrd. ? zurück (flächenbereinigt -0,3%). Im Verlauf des Geschäftsjahres 2013/14 zeigte sich eine leichte Trendverbesserung, die auf den Erfolg der überarbeiteten Sortimente zurückzuführen ist. Im 4. Quartal 2013/14 stieg der flächenbereinigte Gesamtumsatz von METRO Cash
 Carry im fünften Quartal in Folge. Insbesondere im September machten sich dabei die Aktivitäten rund um den 50. Geburtstag der Großhandelstochter positiv bemerkbar.
Das EBIT von METRO Cash
 Carry erreichte im Geschäftsjahr 2013/14 insgesamt 904 Mio. ? (2012/13: 1.205 Mio. ?). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 221 Mio. ?. Größte Einzelposition ist eine nicht-zahlungswirksame Wertminderung auf die Geschäfts- und Firmenwerte von METRO Cash
 Carry in den Niederlanden (88 Mio. ?). Darüber hinaus sind Restrukturierungs- und Schließungskosten enthalten, die sich auf viele Einzelmaßnahmen verteilen. Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 1.125 Mio. ? (2012/13: 1.379 Mio. ?). Der Rückgang ist insbesondere auf die fehlenden Erträge aus der Immobilientransaktion in Frankreich im Vorjahreszeitraum sowie negative Wechselkurseffekte zurückzuführen. Bereinigt um diese Effekte hat sich das Ergebnis vor Sonderfaktoren verbessert.
Media-Saturn
Der Umsatz von Media-Saturn wuchs im Geschäftsjahr 2013/14 in lokaler Währung um 0,8%. In Euro verminderte sich der Umsatz wechsellkursbedingt leicht um 0,3% auf 21,0 Mrd. ?. Flächenbereinigt ging der Umsatz um 0,9% zurück. Im Laufe des Geschäftsjahres zeigte sich eine deutliche Trendverbesserung. In Deutschland erreichte der Umsatz von Media-Saturn im Geschäftsjahr 2013/14 insgesamt 9,8 Mrd. ? und lag damit nur leicht unter dem Vorjahr. Im Jahresverlauf verbesserte sich der Trend jedoch deutlich. Im 4. Quartal 2013/14 stieg der flächenbereinigte Umsatz von Media-Saturn insgesamt um 1,7%. Der Umsatz stieg hier sowohl in Deutschland als auch im internationalen Geschäft merklich. Neben erfolgreichen Marketingkampagnen, unter anderem im Zuge der Fußballweltmeisterschaft, hat auch der gestiegene Mehrkanalumsatz zur positiven Entwicklung beigetragen.
Das EBIT von Media-Saturn verbesserte sich auf 244 Mio. ? (2012/13: 184 Mio. ?). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 91 Mio. ?. Hierbei handelt es sich um zahlreiche Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, insbesondere in Deutschland. Vor Sonderfaktoren stieg das EBIT deutlich von 299 Mio. ? auf 335 Mio. ?. Umsatzbedingte Ergebnisrückgänge wurden dabei durch Kosteneinsparungsmaßnahmen und Margenverbesserungen kompensiert.
Real
Infolge der Veräußerung des Osteuropa-Geschäfts reduzierte sich der Umsatz von Real im Geschäftsjahr 2013/14 um 18,7% auf 8,4 Mrd. ? (in lokaler Währung: -18,3%). Der flächenbereinigte Umsatz sank dagegen nur um 0,8%. In Deutschland ging der Umsatz um 1,3% auf 7,9 Mrd. ? zurück. Flächenbereinigt betrug der Rückgang 0,9%. Im Jahresverlauf verbesserte sich der Trend: Im 4. Quartal 2013/14 stieg der flächenbereinigte Umsatz von Real in Deutschland leicht um 0,2%. Insgesamt machten sich die verbesserte Positionierung und die Standort-Modernisierung des SB-Warenhausgeschäfts der METRO GROUP in einem nach wie vor sehr preisaggressiven Umfeld bemerkbar. Insbesondere die umgebauten Real-Märkte trugen zu einer positiven Umsatzentwicklung bei. Der Umsatzanteil der Eigenmarken entwickelte sich im Geschäftsjahr 2013/14 weiter positiv und stieg von 16,1% auf 16,3%.
Das EBIT von Real erreichte 19 Mio. ? im Geschäftsjahr 2013/14 (2012/13: 224 Mio. ?). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 62 Mio. ?, die sich fast ausschließlich auf die Schließung von Standorten in Deutschland beziehen. Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 81 Mio. ?, nach 145 Mio. ? im Vorjahreszeitraum. Der Rückgang ist insbesondere auf den Wegfall der Ergebnisbeiträge aus dem verkauften Geschäft von Real Osteuropa zurückzuführen. In Deutschland hat sich das EBIT vor Sonderfaktoren auch aufgrund von Ergebnisbeiträgen aus Immobilientransaktionen erhöht.
Galeria Kaufhof
Der Umsatz von Galeria Kaufhof stieg im Geschäftsjahr 2013/14 um 0,5% auf 3,1 Mrd. ?. Flächenbereinigt wuchs der Umsatz ebenfalls um 0,5%. In Deutschland lag der Umsatz von Galeria Kaufhof mit 2,9 Mrd. ? um 0,7% über dem Vorjahreswert. Flächenbereinigt legte der Umsatz um 0,8% zu. Neben einem attraktiven Sortiment in den Warenhäusern hat auch die Umsatzsteigerung im Online-Geschäft hierzu beigetragen.
Das EBIT von Galeria Kaufhof lag im Geschäftsjahr 2013/14 bei 193 Mio. ? (2012/13: 214 Mio. ?). Vor Sonderfaktoren erreichte das EBIT ebenfalls 193 Mio. ? (2012/13: 229 Mio. ?). Der Rückgang ist vor allem auf die im Vorjahreszeitraum enthaltenen Erträge aus Immobilientransaktionen zurückzuführen.
Weitergehende Informationen zur Geschäftsentwicklung der METRO GROUP und ihrer Vertriebslinien finden Sie im Geschäftsbericht unter berichte.metrogroup.de
Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handels-unternehmen. Sie erzielte im Geschäftsjahr 2013/14 einen Umsatz von rund 63 Mrd. ?. Das Unternehmen ist in 31 Ländern an rund 2.200 Standorten tätig und beschäftigt rund 250.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: METRO/MAKRO Cash
 Carry - international führend im Selbstbedienungsgroßhandel, Media Markt und Saturn - europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, Real SB-Warenhäuser sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser.

METRO Group
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (0)211 6886-0
Mail: kontakt@metro.de
URL: <http://www.metrogroup.de/>

Pressekontakt

METRO Group

40235 Düsseldorf

metrogroup.de/
kontakt@metro.de

Firmenkontakt

METRO Group

40235 Düsseldorf

metrogroup.de/
kontakt@metro.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage