



METRO GROUP erreicht Umsatzziel und bestätigt EBIT-Ausblick

METRO GROUP erreicht Umsatzziel und bestätigt EBIT-Ausblick - Flächenbereinigter Umsatz wächst im Geschäftsjahr 2014/15 um 1,5% - Wachstumstreiber Belieferung und Onlinehandel weiter erfolgreich - METRO Cash Carry und Media-Saturn legen beim flächenbereinigten Umsatz im Gesamtjahr und im 4. Quartal 2014/15 zu - Akquisitionen von Classic Fine Foods und RTS stärken Geschäft der Vertriebslinien - Verkauf von Galeria Kaufhof erfolgreich abgeschlossen; Nettoszahlungsmittelzufluss von 1,75 Mrd. € oberhalb der ursprünglichen Prognose - METRO GROUP erwartet gutes Weihnachtsgeschäft - Die METRO GROUP hat nach vorläufigen Zahlen ihren flächenbereinigten Umsatz im Geschäftsjahr 2014/15 um 1,5% gesteigert. Damit erreicht der Düsseldorfer Handelskonzern sein Umsatzziel für das Gesamtjahr. Der berichtete Umsatz von 52,9 Mrd. € lag bedingt durch negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte um 1,2% unter dem Vorjahreswert. In lokaler Währung stieg der Umsatz um 0,5%. "Das Geschäftsjahr 2014/15 markiert eine Zeitenwende für die METRO GROUP", sagt Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG. "Wir haben es geschafft, wieder Dynamik in unser Kerngeschäft zu bringen und unsere Bilanz weiter zu stärken. Beim flächenbereinigten Umsatz haben wir unser Ziel für das Gesamtjahr erreicht. Wir bestätigen zudem unsere Prognose für das EBIT vor Sonderfaktoren. Nach dem erfolgreichen Verkauf von Galeria Kaufhof haben wir zudem wieder die finanziellen Mittel für ergänzende und stärkende Akquisitionen in unseren Vertriebslinien. Beispiele dafür sind die kürzlich erworbenen Unternehmen Classic Fine Foods und RTS". Der flächenbereinigte Umsatz der METRO GROUP stieg im 4. Quartal 2014/15 um 1,3%. Sowohl METRO Cash Carry als auch Media-Saturn haben im 4. Quartal sowie im Gesamtjahr 2014/15 den flächenbereinigten Umsatz gesteigert. Der berichtete Umsatz der METRO GROUP im 4. Quartal 2014/15 ging um 1,1% auf 14,2 Mrd. € zurück. Dies ist jedoch auf Wechselkurs- und Portfolioeffekte zurückzuführen. In lokaler Währung legte der Umsatz um 1,9% zu. Auch im 4. Quartal 2014/15 hat die METRO GROUP das Geschäft in den strategischen Wachstumsfeldern Onlinehandel und Belieferung deutlich ausgebaut und dadurch ihre Marktposition und die Kundenrelevanz in vielen Ländern stärken können. Die METRO GROUP erwartet ein gutes Weihnachtsgeschäft und ist optimistisch in das laufende Quartal gestartet. Bei der Optimierung des Portfolios kann die METRO GROUP weitere Fortschritte verzeichnen: Als wichtigstes Ereignis im 4. Quartal wurde, wie angekündigt, am 30. September 2015 der Verkauf von Galeria Kaufhof vollzogen. Der Transaktionswert beträgt 2,825 Mrd. € inklusive verschiedener Verbindlichkeiten. Den Nettoszahlungsmittelzufluss von 1,75 Mrd. €, der oberhalb der ursprünglichen Prognose lag, hat die METRO GROUP fristgerecht erhalten. Zudem hat die METRO GROUP im 4. Quartal zwei Akquisitionen getätigt: Classic Fine Foods (CFF) ist einer der führenden Anbieter von Food Service Distribution, der direkten Belieferung von Kunden aus den Bereichen Hotel, Restaurant und Caterer mit Lebensmitteln in asiatischen Megastädten und im Mittleren Osten. CFF beliefert Premium-Hotels und -Restaurants. Der Umsatz von CFF ist seit September im Umsatz der METRO GROUP enthalten. RTS erbringt deutschlandweit sowie über Partner in ganz Europa Serviceleistungen für Produkte im Elektrobereich und ergänzt das Angebot von Media-Saturn. Das Spektrum umfasst die Planung, Installation, Inspektion, Wartung und Reparatur verschiedenster elektronischer Produkte. Entwicklung der Vertriebslinien im Geschäftsjahr 2014/15 - METRO Cash Carry Der Umsatz von METRO Cash Carry legte im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 1,0% zu. Dabei konnte der Umsatz in allen Quartalen flächenbereinigt gesteigert werden. Bedingt durch die Entwicklung der Wechselkurse (hauptsächlich des russischen Rubels) sank der berichtete Umsatz um 2,7% auf 29,7 Mrd. €. In lokaler Währung wurde dagegen das Vorjahresniveau erreicht. Im 4. Quartal 2014/15 entwickelte sich der flächenbereinigte Umsatz von METRO Cash Carry weiterhin sehr positiv und wuchs um 1,1% und damit im nunmehr 9. Quartal in Folge. Der berichtete Umsatz ging bedingt durch negative Wechselkurseffekte und Standortabgaben um 3,2% auf 7,4 Mrd. € zurück. In lokaler Währung erreichte der Umsatz jedoch das Niveau des Vorjahresquartals. Der flächenbereinigte Rückgang im Deutschlandgeschäft war weniger ausgeprägt als in den beiden Vorquartalen. In der Region Westeuropa wuchs der flächenbereinigte Umsatz von METRO Cash Carry leicht. Insbesondere in Frankreich, Italien und Spanien war die Entwicklung positiv. In Osteuropa stieg der flächenbereinigte Umsatz in fast allen Ländern. Das russische Geschäft zeigte weiterhin eine solide flächenbereinigte Umsatzsteigerung im mittleren einstelligen Prozentbereich. Während der Umsatz in der Region Asien/Afrika bedingt durch die Unterstützung der Wechselkurse stieg, ging der flächenbereinigte Umsatz zurück. Dies ist auf die Entwicklung in China und Pakistan zurückzuführen. In China wurde dabei bewusst auf sehr margenschwaches Geschäft mit großem Umsatzvolumen verzichtet. Japan und Indien erreichten ein flächenbereinigtes Umsatzwachstum. Media-Saturn Der Umsatz von Media-Saturn stieg im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 3,1%. Dabei konnte der Umsatz in allen Quartalen des Geschäftsjahres flächenbereinigt gesteigert werden. Der berichtete Umsatz wuchs um 3,6% auf 21,7 Mrd. € und in lokaler Währung betrug der Zuwachs sogar 4,7%. Der online generierte Umsatz stieg um über 20% und erreichte 1,8 Mrd. €. Damit beträgt der Internetanteil am Gesamtumsatz nun mehr als 8%. Im 4. Quartal 2014/15 setzte sich die positive Entwicklung bei Media-Saturn fort und der flächenbereinigte Umsatz stieg um 2,9% und damit im 5. Quartal in Folge. Der berichtete Umsatz stieg um 3,0% auf 5,1 Mrd. € (in lokaler Währung: +4,6%). Alle Regionen legten beim flächenbereinigten Umsatz zu. Neben dem Volumenmarkt Deutschland war die Umsatzentwicklung in Westeuropa in Spanien, Italien, den Niederlanden und Schweden sehr positiv. In Osteuropa glänzten insbesondere Ungarn und die Türkei mit zweistelligen prozentualen Wachstumsraten sowohl absolut als auch beim flächenbereinigten Umsatz. Real Der Umsatz von Real ging im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 0,8% zurück. Der berichtete Umsatz sank vor allem in Folge von Standortschließungen um 2,6% auf 7,7 Mrd. €. Im 4. Quartal 2014/15 ging der flächenbereinigte Umsatz um 1,6% zurück und zeigte damit eine bessere Entwicklung als im 3. Quartal 2014/15. Die Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr, wie auch im 4. Quartal, war insbesondere beeinträchtigt durch ein nach wie vor sehr angespanntes Wettbewerbsumfeld, bei gleichzeitig rückläufiger Preisentwicklung im Lebensmittel-Bereich. Positiv zur Umsatzentwicklung und insbesondere zur Frequenzentwicklung beigetragen haben die mittlerweile 107 nach dem erfolgreichen Vorbild des Essener Modells modernisierten Standorte. Im Geschäftsjahr 2014/15 verringerte sich das Standortnetz von Real in Deutschland wie angekündigt um 14 auf nunmehr 293 Standorte. 8 Real-Standorte wurden im 4. Quartal geschlossen. METRO Group - Metro-Straße 1 - 40235 Düsseldorf - Deutschland - Telefon: +49 (0)211 6886-0 - Mail: kontakt@metro.de - URL: <http://www.metrogroup.de/> -  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinnr_=597130 width="1" height="1">

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