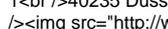




METRO GROUP präsentiert Aktionären Fortschritte bei Neuausrichtung

METRO GROUP präsentiert Aktionären Fortschritte bei Neuausrichtung
 METRO GROUP präsentiert Aktionären Fortschritte bei Neuausrichtung
 Umsatz- und EBIT-Prognose für Rumpfgeschäftsjahr 2013 erfüllt
 Wachstumstreiber Online-Geschäft und Belieferung ausgebaut
 Trotz widriger Marktbedingungen solider Start ins neue Geschäftsjahr 2013/14
 Wahlen zum Aufsichtsrat: Fredy Raas soll Seite der Anteilseigner ergänzen
 Vorstandsvergütung soll künftig Nachhaltigkeitskomponente beinhalten
 Auf der heutigen Hauptversammlung der METRO AG präsentierte der Vorstandsvorsitzende Olaf Koch den Aktionären weitere Fortschritte bei der Neuausrichtung des Unternehmens. Auch dank des Ausbaus der wichtigen Wachstumstreiber Online-Geschäft und Belieferung schloss die METRO GROUP ihr Rumpfgeschäftsjahr 2013 in einem weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Umfeld mit einer positiven Geschäftsentwicklung ab. "Wir haben uns 2013 klar darauf konzentriert, Mehrwert für unsere Kunden zu erzielen", sagte Koch. "Dafür haben wir sowohl bestehende Aktivitäten ausgebaut als auch zahlreiche neue Ideen und Konzepte entwickelt und umgesetzt. In vielen Ländern haben wir Marktanteile gewonnen und unsere Positionierung verbessert. Wir werden die Neuausrichtung der METRO GROUP im Geschäftsjahr 2013/14 fortsetzen und auch durch unseren neuen Markenauftritt 'YOU METRO' unterstreichen." Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 hatte die METRO GROUP trotz weiterhin widriger Bedingungen für den Handel sowohl ihre Umsatz- als auch die EBIT-Prognose erfüllt: Der Umsatz stieg bereinigt um Portfolioänderungen und Wechselkurseffekte um 0,9% auf 45,0 Mrd. €. Der berichtete Umsatz lag mit 46,3 Mrd. € um 2,2% unterhalb des Wert des Vorjahresvergleichszeitraums (9M 2012: 47,4 Mrd. €). Dies ist auf das in weiten Teilen Europas nach wie vor schwierige wirtschaftliche Umfeld, die bereits vollzogenen Portfoliomaßnahmen sowie negative Wechselkurseffekte zurückzuführen. Das EBIT vor Sonderfaktoren lag mit 728 Mio. € um 22 Mio. € über dem Vorjahreswert. Das Periodenergebnis vor Sonderfaktoren erreichte 16 Mio. € (9M 2012: 165 Mio. €). Das Periodenergebnis enthält Sonderfaktoren in Höhe von 87 Mio. € (9M 2012: 179 Mio. €). Nach Sonderfaktoren lag das Periodenergebnis bei -71 Mio. €. Dies entspricht im Rumpfgeschäftsjahr dem auf die Aktionäre der METRO AG entfallenden Periodenergebnis. Das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren lag bei 0,03 € (9M 2012: 0,49 €). Nach Sonderfaktoren betrug das Ergebnis je Aktie -0,22 € (9M 2012: -0,06 €). Der Vorstand der METRO AG schlägt der heutigen Hauptversammlung vor, für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 zur Stärkung der Substanz keine Dividende auszuschütten.
 Solider Start ins Geschäftsjahr 2013/14
 Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2013/14 hat die METRO GROUP eine solide Basis geschaffen, um die Neuausrichtung des Unternehmens erfolgreich vorzutreiben. Der Konzernumsatz erreichte 18,7 Mrd. € nach 19,4 Mrd. € in Q1 2012/13. Der Rückgang von 3,3% ist insbesondere auf Währungseffekte sowie die bereits vollzogenen und angekündigten Portfolioänderungen (Real Osteuropa: Russland, Rumänien und die Ukraine sowie Media Markt China) zurückzuführen. Währungs- und portfoliobereinigt erzielte die METRO GROUP ein Umsatzwachstum von 1,1%. Weiterhin positiv entwickelten sich die Umsatzanteile aus dem Geschäft mit Eigenmarken, dem Onlinehandel sowie dem Belieferungsgeschäft. Das EBIT vor Sonderfaktoren lag mit 1.073 Mio. € wie angekündigt vor allem infolge fehlender Immobilienerträge unter dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum (1.273 Mio. €). Das EBIT stieg im 1. Quartal 2013/14 auf 1.094 Mio. € nach 985 Mio. € in Q1 2012/13.
 Wahlen zum Aufsichtsrat
 Auf der Tagesordnung der heutigen Hauptversammlung steht auch die Ergänzungswahl zum Aufsichtsrat. Dr. Fredy Raas soll erstmals in den Aufsichtsrat der METRO AG gewählt werden. Raas trat - befristet bis zum Ablauf der Hauptversammlung - bereits Ende Juli 2013 per gerichtlicher Bestellung in den Aufsichtsrat ein. Er ergänzte damit die Seite der Anteilseigner als Nachfolger des Anfang Juli 2013 verstorbenen Prof. Dr. h. c. mult. Erich Greipl. Über die weitere Mitgliedschaft von Raas im Aufsichtsrat soll nunmehr die Hauptversammlung entscheiden.
 Vorstandsvergütung soll künftig Nachhaltigkeitskomponente enthalten
 Der Hauptversammlung wird außerdem ein neues System zur Vergütung der Vorstandsmitglieder zur Abstimmung vorgelegt. Künftig soll auch das Thema Nachhaltigkeit bei der Vergütung eine wichtige Rolle spielen. Der Vorstand beabsichtigt daraufhin, die Vergütung des Top-Managements nach dem Votum der Hauptversammlung in gleicher Weise anzupassen. "Für die METRO GROUP ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil der Unternehmensstrategie sowohl aus finanzieller, sozialer als auch aus ökologischer Sicht. Insofern ist es aus unserer Sicht richtig und konsequent, auch für unsere Top-Führungskräfte die Nachhaltigkeit in ihrem Vergütungssystem zu verankern", erläutert Personalvorstand Heiko Hutmacher. Mit Wirkung zum Beginn des Geschäftsjahres 2013/14 soll der neue Sustainable Performance Plan (SPP) eingeführt werden. Der neue Plan sieht vor, dass die mehrjährig variable Komponente (Long Term Incentive) der Vorstandsvergütung neben aktienkursbasierten Kennzahlen auch zu 25% an die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen geknüpft ist. Wie hoch diese mehrjährig variable Vergütung unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeitskomponente konkret ausfällt, hängt davon ab, welchen Rang die METRO AG im RobecoSAM Sustainability Assessment im Vergleich mit Wettbewerbern in ihrer Branche belegt. Das von der unabhängigen Nachhaltigkeits-Rating-Agentur RobecoSAM durchgeführte Ranking bildet die Grundlage für die Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Index, einem der weltweit führenden Nachhaltigkeitsindizes.
 METRO GROUP im Sustainability-Nachhaltigkeitsranking gut bewertet
 Im 1. Quartal 2013/14 hat das Research-Unternehmen Sustainability der METRO GROUP eine gute Nachhaltigkeitsleistung bescheinigt: Im aktuellen Ranking von Sustainability erreicht die METRO GROUP im Branchenvergleich der Gruppe "Food Retailers" Rang 6 von 72 und damit den Status "Outperformer". Sustainability hat sich auf die Analyse und Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen und Ländern über den so genannten ESG-Ansatz spezialisiert. Für die Bewertung werden die Bereiche Environment (Umwelt), Social (Soziales/Gesellschaft) sowie Governance (Unternehmensführung) untersucht. Die gute Bewertung ihrer Nachhaltigkeitsleistung erzielte die METRO GROUP unter anderem mit ihrer im Rumpfgeschäftsjahr verabschiedeten konzernweiten, produktübergreifenden Einkaufspolitik. Diese schreibt die Basisanforderungen an ein nachhaltiges Lieferketten- und Beschaffungsmanagement fest. Gleichzeitig bildet sie das Dach für solche Richtlinien, die sich mit spezifischen Fragestellungen einzelner Produkt- bzw. Rohstoffkategorien befassen. Darunter fällt beispielsweise die im Rumpfgeschäftsjahr 2013 in Kraft getretenen Leitlinien für Palmöl und Verpackungen.
 METRO Cash Carry feiert 50. Geburtstag
 Für METRO Cash Carry ist das Geschäftsjahr 2013/14 ein ganz besonderes Jahr. Es ist das 50-jährige Jubiläum des Großhandelsprofis. In diesem Zusammenhang wurde bereits im Dezember 2013 die neue Markenpositionierung von METRO Cash Carry vorgestellt. Ziel ist es, der beste Partner für unabhängige kleine und mittelständische Unternehmer zu sein. Der Slogan "YOU METRO" unterstreicht diese Positionierung und steht im Mittelpunkt einer internationalen Imagekampagne in diesem Jahr. Die Kampagne fokussiert sich auf die herausragenden Leistungen und die große Leidenschaft von unabhängigen Unternehmern. Bildhaft und auf emotionale Weise wird gezeigt, was die Kunden von METRO Cash Carry auszeichnet und antreibt. Mit den Einblicken in den Alltag unabhängiger Unternehmer demonstriert METRO Cash Carry sein tiefes Verständnis für deren Bedürfnisse und positioniert sich als deren Partner. Ebenfalls eigens für das Jubiläumsjahr entwickelt hat die METRO GROUP die Internetpräsenz www.50jahremetro.de. Der Onlineauftritt bietet einen Überblick über das Jubiläumsjahr, die Wurzeln von METRO Cash Carry und seine Zukunftsvision. Im Zentrum stehen jedoch vor allem Geschichten der Menschen, die den Erfolg von METRO Cash Carry ausmachen: die Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner.
 Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte einen Umsatz von rund 66 Mrd. € im Geschäftsjahr 2012/13 (basiert auf pro forma Berechnungszeitraum 1.10.2012-30.09.2013 wegen des Rumpfgeschäftsjahres 2013). Das Unternehmen ist in 32 Ländern an rund 2.200 Standorten tätig und beschäftigt rund 265.000 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
 Schlüterstraße 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