



QUARTALSMITTEILUNG Q1 2015/16

3	Überblick
3	Umsatz, Ergebnis und Finanzlage
5	Vertriebslinien
5	METRO Cash & Carry
6	Media-Saturn
7	Real
8	Sonstige
8	Ausblick
9	Standorte
10	Überleitung Sonderfaktoren
11	Gewinn- und Verlustrechnung
12	Bilanz
13	Kapitalflussrechnung
14	Segmentberichterstattung
15	Finanzkalender und Impressum

METRO GROUP mit solider Umsatzentwicklung und robustem Ergebnis trotz makroökonomischer Herausforderungen

Umsatz wuchs flächenbereinigt um 0,1%

§Berichtetes EBIT stieg spürbar auf 1.240 Mio. € (Q1 2014/15: 876 Mio. €)

EBIT vor Sonderfaktoren: 828 Mio. € (Q1 2014/15: 891 Mio. €) inklusive negativer Wechselkurseffekte (rund 40 Mio. €)

EPS vor Sonderfaktoren: 1,12 € (Q1 2014/15 aus fortgeführten Aktivitäten: 1,10 €)

Nettoverschuldung auf Rekordtief: gegenüber Vorjahr deutlich von 1,5 Mrd. € auf 0,1 Mrd. € verbessert

Prognose für das Geschäftsjahr 2015/16 bestätigt

METRO Cash & Carry

Neue Segmentstruktur - Kundencluster ersetzen bisherige Regionen

Umsatz: -2,0% insbesondere bedingt durch Währungseffekte und Portfoliooptimierungen (in lokaler Währung: +0,4%)

Flächenbereinigter Umsatz stieg um 0,2% und somit im 10. Quartal in Folge

EBIT bereinigt um Wechselkurseffekte über Vorjahr

Media-Saturn

Umsatz: +0,2% (in lokaler Währung: +1,1%)

Flächenbereinigter Umsatz wuchs um 0,4% und damit das 6. Quartal in Folge

Online generierter Umsatz stieg um rund 12%

Marktanteil Media-Saturn auf Rekordhoch: Anteile in 9 Ländern erhöht

EBIT beeinflusst durch Sonderkonjunktur in Russland im Vorjahr, Repositionierung von Redcoon sowie Preisinvestitionen

Real

Umsatz: -3,9% auch durch Schließungen gegenüber dem Vorjahresquartal

Flächenbereinigter Umsatz ging um 1,6% zurück

EBIT auf Vorjahresniveau

Überblick Q1 2015/16¹

Mio. €	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Abw.
Umsatz	17.318	17.090	-1,3%
Deutschland	6.775	6.809	0,5%
International	10.543	10.281	-2,5%
Internationaler Umsatzanteil	60,9%	60,2%	-
EBITDA ²	1.122	1.048	-6,6%
EBIT	876	1.240	41,6%
EBIT ²	891	828	-7,2%
Ergebnis vor Steuern (EBT) ²	781	724	-7,3%
Periodenergebnis ^{2,3}	445	367	-17,5%
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Aktivitäten (€) ²	1,10	1,12	2,0%
Ergebnis je Aktie (€) ²	1,36	1,12	-17,5%
Investitionen	162	337	-
Standorte ⁴	2.073	2.057	-0,8%

¹Aus fortgeführten Aktivitäten

²Vor Sonderfaktoren

³Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis

⁴Zum Stichtag 31. Dezember

Umsatz, Ergebnis und Finanzlage

Umsatz

Die METRO GROUP hat im 1. Quartal 2015/16 den flächenbereinigten Umsatz leicht um 0,1% gesteigert. METRO Cash & Carry und Media-Saturn entwickelten sich flächenbereinigt anhaltend positiv, während der Umsatz bei Real rückläufig war. Die durch die Rubelkrise bedingten Vorzieheffekte, die im Vorjahresquartal enthalten sind, konnten durch die insgesamt gute Entwicklung im Weihnachtsquartal 2015 sogar kompensiert werden. In lokaler Währung stieg der Umsatz der METRO GROUP ebenfalls um 0,1%. Bedingt durch die Entwicklung der Wechselkurse – insbesondere des russischen Rubels – und durch Portfolioeffekte sank der berichtete Umsatz jedoch um 1,3% auf 17,1 Mrd. € (Q1 2014/15: 17,3 Mrd. €).

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 vor Sonderfaktoren spiegelt deshalb den gewöhnlichen Geschäftsverlauf besser wider und leistet einen Beitrag zum besseren Verständnis der Ertragslage. Eine Übersicht mit der Überleitung der Sonderfaktoren befindet sich auf Seite 10.

Entsprechend handelt es sich bei Ergebnisgrößen vor Sonderfaktoren um Werte, bei denen unregelmäßig anfallende Aufwendungen hinzugerechnet beziehungsweise Erträge herausgerechnet werden.

Ergebnis

Das **betriebliche Ergebnis (EBIT)** der METRO GROUP erreichte im 1. Quartal 2015/16 insgesamt 1.240 Mio. € (Q1 2014/15: 876 Mio. €) und beinhaltet den Ertrag in Höhe von 427 Mio. € aus dem Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam. Hierbei handelt es sich um einen Sonderfaktor. Das EBIT vor Sonderfaktoren erreichte 828 Mio. € (Q1 2014/15: 891 Mio. €). Für den Rückgang sind insbesondere durch den Rubel bedingte Wechselkursverluste in Höhe von rund 40 Mio. € verantwortlich.

Das **Finanzergebnis** verschlechterte sich im 1. Quartal 2015/16 von -103 Mio. € auf -134 Mio. €. Das Zinsergebnis verbesserte sich sowohl durch die niedrigere Verschuldung als auch bedingt durch niedrigere Zinssätze deutlich auf -63 Mio. € (Q1 2014/15: -80 Mio. €). Das Übrige Finanzergebnis verschlechterte sich dagegen von -22 Mio. € auf -74 Mio. €. Hierzu trug im Wesentlichen höherer Aufwand aus Wechselkurseffekten und Sonderfaktoren im Zusammenhang mit dem Verkauf von METRO Cash & Carry in Vietnam bei. Vor Sonderfaktoren erreichte das Finanzergebnis -104 Mio. € (Q1 2014/15: -110 Mio. €). Das Übrige Finanzergebnis lag vor Sonderfaktoren bei -48 Mio. € (Q1 2014/15: -30 Mio. €).

Das Ergebnis vor Steuern lag im 1. Quartal 2015/16 bei 1.106 Mio. € (Q1 2014/15: 773 Mio. €). Vor Sonderfaktoren belief sich das Ergebnis vor Steuern auf 724 Mio. € (Q1 2014/15: 781 Mio. €).

Der ausgewiesene Steueraufwand in Höhe von 509 Mio. € (Q1 2014/15: 399 Mio. €) führt zu einer Konzernsteuerquote von 46,0% (Q1 2014/15: 51,7%). Vor Sonderfaktoren beträgt der Steueraufwand 307 Mio. € (Q1 2014/15: 365 Mio. €). Daraus ergibt sich eine Steuerquote von 42,4% (Q1 2014/15: 46,8%).

Die Berechnung erfolgte unter Anwendung des sogenannten integralen Ansatzes, wonach der ausgewiesene Steueraufwand der erwarteten Steuerquote zum Geschäftsjahresende entspricht. Die Effekte aus dem Verkauf von METRO Cash & Carry in Vietnam per Ende Dezember 2015 wurden bei den angewandten Steuerquoten bereits berücksichtigt.

Das **Ergebnis je Aktie** erreichte im 1. Quartal 2015/16 1,68 € (Q1 2014/15 aus fortgeführten Aktivitäten: 0,98 €). Vor Sonderfaktoren lag das Ergebnis je Aktie bei 1,12 € (Q1 2014/15 aus fortgeführten Aktivitäten: 1,10 €).

Finanzlage

Die bilanzielle Nettoverschuldung nach Saldierung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie der Geldanlagen mit den Finanzschulden (inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen) hat sich sehr erfreulich entwickelt. Zum 31. Dezember 2015 hat sich die Nettoverschuldung gegenüber dem Vorjahr deutlich von 1,5 Mrd. € auf 0,1 Mrd. € verbessert. Damit wurde der niedrigste Stand seit der Gründung der METRO AG erreicht. Noch nicht enthalten ist hier zudem der Mittelzufluss aus dem Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam in Höhe von 0,4 Mrd. €. Dieser wurde Anfang Januar 2016 und damit im 2. Quartal 2015/16 vereinnahmt.

Aus der betrieblichen Tätigkeit resultierte im 1. Quartal 2015/16 ein Mittelzufluss von 3,1 Mrd. € (Q1 2014/15: 3,6 Mrd. €).

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug –0,6 Mrd. € (Q1 2014/15: –0,3 Mrd. €). Hiervon entfallen jeweils 0,3 Mrd. € auf Investitionen in Sachanlagen und Investmentzertifikate.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist einen Mittelabfluss von 2,1 Mrd. € auf (Q1 2014/15: 0,8 Mrd. € Mittelabfluss) und resultiert überwiegend aus der Tilgung von Finanzschulden.

Vertriebslinien

METRO Cash & Carry



	Umsatz (Mio. €)		Abweichung (€)		Wechselkurseffekte		Abweichung (lokale Währung)		flächenbereinigt (lokale Währung)	
	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16
Gesamt	8.197	8.037	-3,6%	-2,0%	-4,7%	-2,3%	1,1%	0,4%	1,4%	0,2%
Horeca	3.702	3.801	-0,1%	2,7%	-0,3%	-0,8%	0,1%	3,5%	0,3%	1,5%
Multispecialists	3.468	3.345	-4,1%	-3,5%	-9,2%	-3,9%	5,0%	0,3%	3,1%	-1,9%
Trader	784	767	-12,5%	-2,1%	-8,9%	-5,5%	-3,5%	3,4%	-0,4%	3,4%
Sonstige	243	124	-	-	-	-	-	-	-	-

METRO Cash & Carry hat im Geschäftsjahr 2014/15 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 Service Companies and Offices
- Trader: Fokus auf unabhängige Wiederverkäufer wie zum Beispiel Kioskbetreiber, Bäcker, Metzger sowie
- Sonstige: Trading Offices (Einkaufsbüros) und Länder aus denen sich METRO Cash & Carry zurückgezogen hat

Maßgeblich für die Aufteilung war dabei die strategische Fokussierung der jeweiligen Landesgesellschaft auf Kundengruppen und das erwartete Marktpotenzial. Mit fast der Hälfte macht das Segment Horeca aktuell den größten Umsatzanteil von METRO Cash & Carry aus. Im New Operating Model starten die Strategie- und Finanzplanungen (Value Creation Plans) beim Kunden und bei den verschiedenen Marktsegmenten. Ziel ist es, das zusätzliche Potenzial für METRO Cash & Carry in den Ländern zu identifizieren und zu heben. Hierbei sollen speziell die Bedürfnisse ausgewählter Fokuskundengruppen besser verstanden werden, um die Transformation vom transaktionalen zum systemrelevanten Partner zu unterstützen.

Beginnend mit dem 1. Quartal 2015/16 werden 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/Afrika. 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 1. Quartal 2015/16 flächenbereinigt um 0,2% zu und entwickelte sich damit im nunmehr 10. Quartal in Folge positiv. In lokaler Währung stieg der Umsatz um 0,4%. Der berichtete Umsatz ging um 2,0% auf 8,0 Mrd. € zurück. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Umsatz durch Portfolioeffekte belastet war.

Das **Belieferungsgeschäft** von METRO Cash & Carry entwickelte sich weiterhin dynamisch und der Umsatz stieg um 18,6% auf 0,9 Mrd. €. Damit wurde ein Umsatzanteil von 10,8% erreicht.

Der Umsatz im Segment **Horeca** stieg flächenbereinigt um 1,5%. In lokaler Währung wurde ein Zuwachs um 3,5% erreicht. Der berichtete Umsatz stieg um 2,7%. Deutschland als größtes Horeca-Land konnte dabei deutlich zulegen. Insbesondere das Weihnachtsgeschäft führte im Dezember zu einem spürbaren Umsatzzuwachs. Hier machte sich eine erfolgreiche Kundenoffensive sehr positiv bemerkbar, die zahlreiche Marketing- und Kommunikationsinitiativen umfasste. Aber auch im Gesamtquartal zeigte der Umsatz in Deutschland einen Zuwachs. In der Türkei, Italien und Spanien legte der flächenbereinigte Umsatz erfreulich zu.

Der Umsatz der **Multispecialists** sank flächenbereinigt um 1,9%. In lokaler Währung stieg der Umsatz um 0,3%. Der berichtete Umsatz sank dagegen um 3,5%. Im Vorjahresquartal profitierte der Umsatz im Segment Multispecialists von Vorzieheffekten in Russland im Zuge der Rubelkrise. Gegenüber dieser hohen Vorjahresbasis war der Umsatz rückläufig. Insgesamt hat sich METRO Cash & Carry in Russland jedoch in einem schwierigeren wirtschaftlichen Umfeld behaupten können. Trotz nachlassender Dynamik in der Konjunktorentwicklung und dem Verzicht auf margenschwaches Volumengeschäft ging der flächenbereinigte Umsatz in China nur leicht zurück. Dagegen verbesserte sich der flächenbereinigte Umsatz in Ungarn und Indien, während er in Belgien und Pakistan rückläufig war.

Im Segment **Trader** stieg der Umsatz flächenbereinigt um 3,4%. Der rückläufige Umsatz in Polen wurde durch die positive Entwicklung in Rumänien und der Ukraine überkompensiert. In

lokaler Währung stieg der Umsatz ebenfalls um 3,4%. Der berichtete Umsatz sank jedoch währungsbedingt um 2,1%.

Mio. €	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Abw.
EBIT	485	877	80,8%
EBIT vor Sonderfaktoren	481	458	-4,8%
Investitionen	77	105	36,8%

Das **EBIT** erreichte im 1. Quartal 2015/16 insgesamt 877 Mio. € (Q1 2014/15: 485 Mio. €). Darin enthalten ist als Sonderfaktor der Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam. Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 458 Mio. € (Q1 2014/15:

481 Mio. €). Der Rückgang ist vor allem auf negative Wechselkurseffekte in Höhe von rund 30 Mio. € zurückzuführen, die insbesondere Russland betreffen. In lokaler Währung verbesserte sich das Ergebnis von METRO Cash & Carry jedoch.

Media-Saturn



	Umsatz (Mio. €)		Abweichung (%)		Wechselkurseffekte		Abweichung (lokale Währung)		flächenbereinigt (lokale Währung)	
	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16
Gesamt	6.875	6.889	4,1%	0,2%	-1,5%	-0,9%	5,6%	1,1%	3,8%	0,4%
Deutschland	3.189	3.291	1,4%	3,2%	0,0%	0,0%	1,4%	3,2%	0,4%	2,8%
Westeuropa (ohne Deutschland)	2.688	2.758	4,8%	2,6%	-0,1%	0,9%	4,9%	1,7%	3,8%	0,3%
Osteuropa	998	840	12,0%	-15,8%	-12,4%	-7,8%	24,4%	-8,0%	17,5%	-8,1%

Der **Umsatz** von Media-Saturn lag im 1. Quartal 2015/16 flächenbereinigt um 0,4% über dem Vorjahresniveau. Somit stieg der Umsatz im 6. Quartal in Folge an. Dies ist insbesondere deshalb erfreulich, da durch umfangreiche Vorzieheffekte im Vorjahresquartal in Russland ein deutlicher Mehrumsatz erzielt worden war. In Landeswährung wuchs der Umsatz von Media-Saturn um 1,1% während sich der berichtete Umsatz beeinflusst durch die Währungsumrechnung um 0,2% auf 6,9 Mrd. € verbesserte.

Im Weihnachtsquartal konnte der über das **Internet** generierte Umsatz um 12,0% weiter gesteigert werden und erreichte 0,6 Mrd. €. Während das Mehrkanalgeschäft der Vertriebsmarken Media Markt und Saturn deutlich zulegen, sank der Umsatz von Redcoon. Hier machte sich die neue strategische Ausrichtung negativ bemerkbar.

In **Deutschland** stieg der Umsatz im 1. Quartal 2015/16 flächenbereinigt deutlich um 2,8%. Der berichtete Umsatz wuchs sogar um 3,2% gegenüber einem bereits guten Weihnachtsgeschäft im Vorjahresquartal. Damit konnte Media-Saturn zudem weitere Marktanteile hinzugewinnen.

Das Mehrkanalangebot als integraler Bestandteil des Geschäfts von Media-Saturn entwickelt sich weiterhin sehr positiv. Das Produktangebot im Internet wurde noch weiter erhöht und umfasste Ende Dezember 2015 nunmehr rund 217.000 Produkte bei Mediamarkt.de und rund 194.000 bei Saturn.de.

In Trier und Köln wurden im Oktober 2015 jeweils ein Saturn Connect-Standort eröffnet. Dieses neue Format zielt mit Flächen zwischen 300 m² und 700 m² in hochfrequentierten Innenstadtlagen auf eine technikaffine Zielgruppe. Das Sortiment konzentriert sich auf digitale Lifestyleprodukte und ist in vier Themenwelten gegliedert: Connected Mobile (Telefone, Notebooks, Tablets), Connected Home (Produkte und Lösungen für ein vernetztes Zuhause), Connected Fitness (Wearables, Actionkameras, Wellnessprodukte) und Connected Discovery (Virtual Reality-Brillen und Accessoires). Es gibt Platz zum Ausprobieren und interaktive Möglichkeiten. Neben Produkten werden umfassende Beratungs- und Serviceleistungen angeboten. Das neue Format erhielt vom Handelsverband Deutschland (HDE) bereits kurz nach der Eröffnung eine Auszeichnung als „Store of the Year 2016“ in der Kategorie „Out of Line“. Hier würdigte die Jury die an den Technikgedanken angepasste,

reduzierte Architektur. Darüber hinaus ist das Format ein Musterbeispiel für die Digitalisierung des stationären Handels. So helfen beispielsweise zahlreiche Bildschirme den Beratern, den Kunden die Produkte näher zu bringen.

In **Westeuropa** stieg der flächenbereinigte Umsatz um 0,3%. Hier zeigten mehrere Länder eine sehr erfreuliche Entwicklung. In Landeswährung stieg der Umsatz um 1,7%. Der berichtete Umsatz legte sogar um 2,6% zu. Während sich das Geschäft flächenbereinigt in den Niederlanden und in Spanien

sehr gut entwickelte, war der Umsatz in Italien und der Schweiz rückläufig.

In **Osteuropa** sank der flächenbereinigte Umsatz um 8,1%. Dort profitierte Russland im Dezember 2014 auf dem Höhepunkt der Rubelkrise von umfangreichen Vorzieheffekten. Daher sank der Umsatz dort im Weihnachtsquartal 2015 deutlich. Dagegen konnte der Umsatz in der Türkei mit einem zweistelligen flächenbereinigten Wachstum zulegen, aber den Rückgang in Russland nicht kompensieren.

Mio. €	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Abw.
EBIT	344	301	-12,4%
EBIT vor Sonderfaktoren	349	309	-11,5%
Investitionen	41	64	56,0%

Das **EBIT** ging im 1. Quartal 2015/16 von 344 Mio. € auf 301 Mio. € zurück. Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 7 Mio. € (Q1 2014/15: 5 Mio. €). Vor Sonderfaktoren sank das EBIT von 349 Mio. € auf 309 Mio. €. Negative Wechselkurseffekte trugen hierzu bei. Hinzu kam der im Vorjahr durch die Sonderkonjunktur in Russland bedingte und in die-

sem Jahr fehlende Ergebniseffekt. Außerdem machte sich die Repositionierung von Redcoon bemerkbar. Um Marktanteile zu gewinnen, hat Media-Saturn den Kunden attraktive Marketingmaßnahmen und Preise geboten. Hierbei konnten in 9 von 15 Ländern teilweise deutliche Marktanteilsgewinne erzielt werden.

Real



	Umsatz (Mio. €)		Abweichung (€)		Wechselkurseffekte		Abweichung (lokale Währung)		flächenbereinigt (lokale Währung)	
	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16
Deutschland	2.231	2.144	-0,8%	-3,9%	0,0%	0,0%	-0,8%	-3,9%	0,9%	-1,6%

Der **Umsatz** von Real ging im Weihnachtsquartal flächenbereinigt um 1,6% zurück. Überwiegend durch Schließungen sank der berichtete Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 3,9% auf 2,1 Mrd. €.

Während die Umsatzentwicklung bei einer deflatorischen Preisentwicklung in einem intensiven Wettbewerbsumfeld für

Lebensmittel nahezu auf Vorjahresniveau lag, ging der Umsatz mit Nichtlebensmitteln zurück. Dabei haben insbesondere witterungsabhängige Sortimente unter dem bislang ungewöhnlich warmen Winter gelitten. Sehr positiv entwickelte sich der Onlineumsatz mit einem Zuwachs von über 70%. Allerdings konnte dieser den Umsatzrückgang im stationären Geschäft nur teilweise kompensieren.

Mio. €	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Abw.
EBIT	74	84	14,0%
EBIT vor Sonderfaktoren	84	83	-1,4%
Investitionen	12	143	-

Das **EBIT** erreichte im 1. Quartal 2015/16 einen Wert von 84 Mio. € (Q1 2014/15: 74 Mio. €). Darin sind Sonderfaktoren in Höhe von -1 Mio. € enthalten (Q1 2014/15: 10 Mio. €). Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 83 Mio. € (Q1 2014/15: 84 Mio. €).

Die Schließungen defizitärer Standorte im Vorjahr, bessere Einkaufskonditionen sowie die Regulierung durch Marktanteile konnten die negativen Effekte des flächenbereinigten Umsatzrückgangs kompensieren.

Sonstige

Mio. €	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Abw.
Umsatz	15	19	32,2%
EBIT	-29	-19	33,0%
EBIT vor Sonderfaktoren	-25	-19	22,5%
Investitionen	32	25	-21,3%

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 der METRO PROPERTIES, die nicht den Vertriebslinien zugeordnet sind (z. B. Fachmarktzentren, Läger, Hauptverwaltungen).

Der Umsatz im Segment Sonstige erreichte im 1. Quartal 2015/16 insgesamt 19 Mio. € (Q1 2014/15: 15 Mio. €). Der Um-

satz enthält unter anderem die 4 verbliebenen Real-Standorte in Rumänien sowie Provisionen für das Geschäft mit Dritten über die Einkaufsorganisation der METRO GROUP in Hongkong.

Das EBIT lag im 1. Quartal 2015/16 bei -19 Mio. € (Q1 2014/15: -29 Mio. €). Sonderfaktoren sind nicht angefallen (Q1 2014/15: 4 Mio. €). Das EBIT vor Sonderfaktoren erreichte somit ebenfalls -19 Mio. € (Q1 2014/15: -25 Mio. €).

Ausblick

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

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2015/16 erwartet die METRO GROUP nach wie vor - trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds - ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 1,5% im Vorjahr von einem leichten Anstieg aus. Sowohl zum Gesamtumsatz- als auch zum flächenbereinigten Umsatzwachstum sollen insbesondere die Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen; für die Vertriebslinie Real geht die METRO GROUP von einer Verbesserung gegenüber dem Vorjahr aus.

Ergebnis

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2015/16 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld geprägt sein. Dennoch ist die METRO GROUP unverändert zuversichtlich, aufgrund der bereits erfolgreich vorangeschrittenen Transformation der Geschäftsmodelle, die auch in Zukunft fortgesetzt werden wird, das Ergebnis weiter zu steigern. In diesem Zusammenhang legt die METRO GROUP außer auf operative Verbesserungen auch im Geschäftsjahr 2015/16 wieder einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP daher eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2014/15 in Höhe von 1.511 Mio. € inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen. Hierzu sollen insbesondere METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen. Die Entwicklung der Vertriebslinie Real wird von der erfolgreichen Umsetzung der eingeleiteten Maßnahmen abhängen.

Standorte

Standortentwicklung Q1 2015/16

	30.09.2015	Neueröffnungen/ Zugänge Q1 2015/16	Schließungen/ Abgaben Q1 2015/16	31.12.2015	Veränderung (absolut)
METRO Cash & Carry	764	+5	-19	750	-14
Media-Saturn	1.007	+6	-3	1.010	+3
Real	293			293	
Summe	2.068*	+11	-22	2.057*	-11

Standorte zum 31. Dezember 2015

	METRO Cash & Carry			Media-Saturn			Real			METRO GROUP		
	Neueröffnungen/ Zugänge Q1 2015/16	Schließungen/ Abgaben Q1 2015/16	31.12.2015	Neueröffnungen/ Zugänge Q1 2015/16	Schließungen/ Abgaben Q1 2015/16	31.12.2015	Neueröffnungen/ Zugänge Q1 2015/16	Schließungen/ Abgaben Q1 2015/16	31.12.2015	Neueröffnungen/ Zugänge Q1 2015/16	Schließungen/ Abgaben Q1 2015/16	31.12.2015
Deutschland			107	+2		419			293	+2		819
Belgien			15			23						38
Frankreich	+1		94							+1		94
Italien			48	+1	-1	110				+1	-1	158
Luxemburg						2						2
Niederlande			17			49						66
Österreich			12			48						60
Portugal			10			9						19
Schweden						27						27
Schweiz						27						27
Spanien			37			77						114
Westeuropa (ohne Deutschland)	+1		233	+1	-1	372				+2	-1	605
Bulgarien			11									11
Griechenland						10						10
Kasachstan			7									7
Kroatien			8									8
Moldawien			3									3
Polen			41	+1		80				+1		121
Rumänien			31									31
Russland	+3		87		-2	65				+3	-2	152
Serbien			10									10
Slowakei			6									6
Tschechien			13									13
Türkei			29	+1		42				+1		71
Ukraine			32									32
Ungarn			13	+1		22				+1		35
Osteuropa	+3		291	+3	-2	219				+6	-2	510
China			82									82
Indien	+1		19							+1		19
Japan			9									9
Pakistan			9									9
Vietnam		-19									-19	
Asien	+1	-19	119							+1	-19	119
Summe	+5	-19	750	+6	-3	1.010			293	+11	-22	2.057*

*Inklusive 4 Standorte bei Sonstige

Überleitung Sonderfaktoren¹

Q1 2015/16

Sonderfaktoren

nach Vertriebslinien

Mio. €	Wie berichtet		Sonderfaktoren		Vor Sonderfaktoren	
	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16
EBITDA	1.107	1.460	14	-412	1.122	1.048
davon METRO Cash & Carry	587	980	-4	-419	584	562
Media-Saturn	406	358	3	7	409	365
Real	105	119	10	-1	116	118
Sonstige	8	6	4	0	13	6
Konsolidierung	1	-4	0	0	1	-4
EBIT	876	1.240	16	-412	891	828
davon METRO Cash & Carry	485	877	-3	-419	481	458
Media-Saturn	344	301	5	7	349	309
Real	74	84	10	-1	84	83
Sonstige	-29	-19	4	0	-25	-19
Konsolidierung	2	-3	0	0	2	-3
Finanzergebnis	-103	-134	-8	30	-110	-104
Ergebnis vor Steuern (EBT)	773	1.106	8	-382	781	724
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-399	-509	34	202	-365	-307
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	374	597	42	-180	416	417
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	85	0	0	0	85	0
Periodenergebnis	459	597	42	-180	501	417
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	55	48	1	2	56	50
davon aus fortgeführten Aktivitäten	55	48	1	2	56	50
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0	0	0	0	0
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	404	549	41	-182	445	367
davon aus fortgeführten Aktivitäten	319	549	41	-182	360	367
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	85	0	0	0	85	0
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	1,24	1,68	0,12	-0,56	1,36	1,12
davon aus fortgeführten Aktivitäten	0,98	1,68	0,12	-0,56	1,10	1,12
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0,26	0,00	0,00	0,00	0,26	0,00

¹Vorjahresadjustierung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (Galeria Kaufhof Gruppe)

Gewinn- und Verlustrechnung¹

Mio. €	Q1 2014/15	Q1 2015/16
Umsatzerlöse	17.318	17.090
Umsatzkosten	-13.878	-13.718
Bruttoergebnis vom Umsatz	3.440	3.372
Sonstige betriebliche Erträge	321	734
Vertriebskosten	-2.549	-2.501
Allgemeine Verwaltungskosten	-324	-352
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-12	-13
Ergebnisanteil aus operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	0	0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	876	1.240
Ergebnisanteil aus nicht operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	0	3
Sonstiges Beteiligungsergebnis	-1	0
Zinsertrag	13	13
Zinsaufwand	-93	-76
Übriges Finanzergebnis	-22	-74
Finanzergebnis	-103	-134
Ergebnis vor Steuern (EBT)	773	1.106
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-399	-509
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	374	597
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	85	0
Periodenergebnis	459	597
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	55	48
davon aus fortgeführten Aktivitäten	55	48
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	404	549
davon aus fortgeführten Aktivitäten	319	549
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	85	0
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	1,24	1,68
davon aus fortgeführten Aktivitäten	0,98	1,68
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0,26	0,00

¹Vorjahresadjustierung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (Galeria Kaufhof Gruppe)

Bilanz

Aktiva

Mio. €	30.09.2015	31.12.2014	31.12.2015
Langfristige Vermögenswerte	13.207	14.918	13.153
Geschäfts- oder Firmenwerte	3.301	3.645	3.310
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	464	370	460
Sachanlagen	7.955	9.445	7.946
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	170	221	175
Finanzanlagen	117	71	121
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	184	95	183
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	292	261	344
Latente Steueransprüche	724	810	614
Kurzfristige Vermögenswerte	14.449	16.713	17.104
Vorräte	5.439	6.770	6.628
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	702	658	775
Finanzanlagen	6	1	6
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	3.435	3.595	4.720
Ertragsteuererstattungsansprüche	202	193	245
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.415	4.884	4.711
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	250	612	19
	27.656	31.631	30.257

Passiva

Mio. €	30.09.2015	31.12.2014	31.12.2015
Eigenkapital	5.172	5.061	5.714
Gezeichnetes Kapital	835	835	835
Kapitalrücklage	2.551	2.551	2.551
Gewinnrücklagen	1.793	1.646	2.313
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	-7	29	15
Langfristige Schulden	6.841	7.420	6.827
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.270	1.859	1.268
Sonstige Rückstellungen	492	462	462
Finanzschulden	4.731	4.839	4.769
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	206	159	213
Latente Steuerschulden	142	101	115
Kurzfristige Schulden	15.643	19.150	17.716
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.550	13.742	13.387
Rückstellungen	628	573	631
Finanzschulden	2.635	1.564	892
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	2.488	2.546	2.391
Ertragsteuerschulden	148	430	415
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	194	295	0
	27.656	31.631	30.257

Kapitalflussrechnung¹

Mio. €	Q1 2014/15	Q1 2015/16
EBIT	876	1.240
Zu-/Abschreibungen auf Anlagevermögen ohne Finanzanlagen	232	220
Veränderung von Pensions- und sonstigen Rückstellungen	-42	-59
Veränderung des Netto-Betriebsvermögens	2.272	2.015
Zahlungen Ertragsteuern	-123	-132
Umgliederung Gewinne (-) / Verluste (+) aus dem Abgang von Anlagevermögen	-10	1
Sonstiges	111	-216
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit fortgeführte Aktivitäten	3.316	3.069
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit nicht fortgeführte Aktivitäten	300	0
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	3.616	3.069
Unternehmensakquisitionen	0	-55
Investitionen in Sachanlagen (ohne Finanzierungs-Leasing)	-295	-278
Sonstige Investitionen	-27	-416
Unternehmensveräußerungen	5	-6
Anlagenabgänge	43	30
Gewinne (+) / Verluste (-) aus dem Abgang von Anlagevermögen	10	-1
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführte Aktivitäten	-264	-726
Cashflow aus der Investitionstätigkeit nicht fortgeführte Aktivitäten	-26	86
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-290	-640
Gewinnausschüttungen		
an METRO AG Gesellschafter ²	0	0
an andere Gesellschafter ²	-29	-24
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter	0	-86
Aufnahme von Finanzschulden	500	0
Tilgung von Finanzschulden	-930	-1.910
Gezahlte Zinsen	-90	-76
Erhaltene Zinsen	17	13
Ergebnisübernahmen und sonstige Finanzierungstätigkeit	-11	-51
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführte Aktivitäten	-543	-2.134
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit nicht fortgeführte Aktivitäten	-258	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-801	-2.134
Summe der Cashflows	2.525	295
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-29	0
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.496	295
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober gesamt	2.409	4.417
Im IFRS 5 Vermögen ausgewiesene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober	2.406	4.415
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember gesamt	4.905	4.712
Im IFRS 5 Vermögen ausgewiesene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	21	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember	4.884	4.712

¹Vorjahresadjustierung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (Galeria Kaufhof Gruppe)²In der ausgewiesenen Dividende sind keine Dividenden an Minderheitsgesellschafter enthalten, deren Anteile aufgrund von Andienungsrechten vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden

Segmentberichterstattung Q1 2015/16¹

Geschäftssegmente	Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns							
	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Sonstige	
	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16
Mio. €								
Umsatz	8.197	8.037	6.875	6.889	2.231	2.144	15	19
EBITDA	587	980	406	358	105	119	8	6
EBITDA vor Sonderfaktoren	584	562	409	365	116	118	13	6
EBIT	485	877	344	301	74	84	-29	-19
EBIT vor Sonderfaktoren	481	458	349	309	84	83	-25	-19
Investitionen	77	105	41	64	12	143	32	25

Fortsetzung Geschäftssegmente	Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns				Nicht fortgeführte Aktivitäten des Konzerns	
	Konsolidierung		METRO GROUP		Q1 2014/15	Q1 2015/16
	Q1 2014/15	Q1 2015/16	Q1 2014/15	Q1 2015/16		
Mio. €						
Umsatz	0	0	17.318	17.090	993	0
EBITDA	1	-4	1.107	1.460	162	0
EBITDA vor Sonderfaktoren	1	-4	1.122	1.048	k.A.	k.A.
EBIT	2	-3	876	1.240	133	0
EBIT vor Sonderfaktoren	2	-3	891	828	k.A.	k.A.
Investitionen	0	0	162	337	14	0

¹Vorjahresadjustierung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (Galeria Kaufhof Gruppe)

Finanzkalender 2015/16

Hauptversammlung 2016	Freitag	19. Februar 2016	10:30 Uhr
Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2015/16	Mittwoch	11. Mai 2016	7:30 Uhr
Quartalsmitteilung 9M/Q3 2015/16	Dienstag	2. August 2016	7:30 Uhr
Umsatzmeldung Geschäftsjahr 2015/16	Mittwoch	19. Oktober 2016	7:30 Uhr

Zeitangaben nach deutscher Zeit

Impressum

METRO AG
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf

Postfach 230361
40089 Düsseldorf

<http://www.metrogroup.de>

Erscheinungsdatum
11. Februar 2016

Investor Relations

Telefon +49 (211) 6886-1051
Fax +49 (211) 6886-3759
E-Mail investorrelations@metro.de

Creditor Relations

Telefon +49 (211) 6886-1904
Fax +49 (211) 6886-1916
E-Mail creditorrelations@metro.de

Unternehmenskommunikation

Telefon +49 (211) 6886-4252
Fax +49 (211) 6886-2001
E-Mail presse@metro.de

Besuchen Sie den Internetauftritt der METRO GROUP unter www.metrogroup.de mit umfangreichen Informationen und Berichten über die METRO GROUP.

Disclaimer

Diese Quartalsmitteilung 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 können erheblich von denen in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen. 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 unter anderem zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Kosteneinsparungen und Produktivitätsgewinne sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Die METRO GROUP sieht sich auch nicht dazu verpflichtet, Berichtigungen dieser zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum dieser Materialien eingetreten sind.