

WHOLESALE 360: METRO ERWEITERT KERNGESCHÄFT UND ERSCHLIESST NEUE UMSATZPOTENZIALE

1 - 3

Düsseldorf, 12. Dezember 2019 – METRO treibt die Ausrichtung als vollumfänglicher Lösungsanbieter für kleine und mittelgroße Unternehmen voran. Auf der heutigen Bilanzpressekonferenz präsentieren Vorstand und Mitarbeiter den Wholesale-360-Ansatz, mit dem der internationale Großhandelsspezialist sein Kerngeschäft im Geschäftsjahr 2018/19 erweitert hat und fortentwickelt. Damit erschließt METRO noch nicht ausgeschöpftes Umsatzpotenzial bei seinen Kernkundengruppen HoReCa (Hotels, Restaurants, Caterer) und Trader (unabhängige Händler). Im Rahmen von Wholesale 360 bietet das Unternehmen ein breites Portfolio an Produkten, Beratung, digitalen Tools, Dienstleistungen und Equipment sowie einen Online-Marktplatz an. Hiermit positioniert es sich als Partner der Wahl für seine Kunden und differenziert sich von anderen Großhändlern. METRO kombiniert schon heute ein weites Netz von Großhandelsmärkten mit einem Belieferungsgeschäft und digitalen Services. „Wir wollen unsere Profikunden dabei unterstützen, ihren Geschäftsalltag effizienter zu bewältigen – in allen relevanten Bereichen“, sagt Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG. „Nehmen wir zum Beispiel das Gastgewerbe in Deutschland: Die größten Herausforderungen für die Unternehmer sind die schwierige Suche nach Mitarbeitern, steigende Betriebs- und Personalkosten sowie höhere Auflagen. Unter dem Dach von Wholesale 360 bauen wir sukzessive unser Angebot an nachhaltigen Lösungen mit wirtschaftlichem Mehrwert für unsere Kunden aus und optimieren gemeinsam mit ihnen die Betriebsabläufe. Ein weiterer Vorteil für die Kunden: Sie bekommen alles aus einer Hand von der Marke ihres Vertrauens.“

Ein Ziel von Wholesale 360 ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Kunden zu stärken – nicht nur, um sie und ihr Geschäft erfolgreicher zu machen, sondern auch, um die Kundenbindung langfristig zu festigen und so weiter Marktanteile zu gewinnen. Dabei setzt METRO auch gezielt auf Partnerschaften. „Gastronomen geben heute ungefähr ein Drittel ihres Budgets für Waren aus: Lebensmittel, Reinigungsmaterial, Equipment. Das heißt, zwei Drittel der Ausgaben gehen in Bereiche außerhalb des heutigen Kerngeschäfts von METRO“, sagt Olaf Koch. „Für METRO heißt das, wir suchen nach Möglichkeiten, unsere Kunden in anderen Bereichen zu unterstützen. Diesen Ansatz umschreiben wir als Wholesale 360.“

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
[@METRO_News](https://twitter.com/METRO_News)

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Andrea Euenheim,
Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

Wholesale 360 setzt sich aus **6 Themenfeldern** zusammen: Produkte, Beratung, digitale Tools, Marktplatz, Dienstleistungen und Equipment.

2 - 3

Produkte

Frische und hochwertige Lebensmittel, die auf die lokalen Bedürfnisse zugeschnitten sind – das ist die Kernkompetenz von METRO. Hierzu entwickeln die Landesgesellschaften ihr Sortiment kontinuierlich weiter. Ein Beispiel ist die Einführung von METRO Chef Gourvenience in Deutschland, einem Sortiment von rund 200 Convenience-Produkten auf hohem Niveau für die Gastronomie-Branche. Ein anderes Beispiel ist die Erweiterung des Eigenmarkenportfolios in Österreich um ein Bio-Sortiment mit Fokus auf Obst und Gemüse. Das Ziel: Kundenzufriedenheit, Warenkorbgröße und Wiederkaufsrate erhöhen. Schon heute kommen 78 % des Umsatzes von Kunden, die in konstanter Regelmäßigkeit bei METRO einkaufen.

Beratung

Die Herausforderungen der Kunden werden komplexer und erfordern individuelle Beratung. Deshalb investiert METRO in allen Ländern in die Beratungskompetenz der rund 6.500 Kundenmanager, etwa im Rahmen des Trader-Franchise-Modells. Es ist unter verschiedenen Namen vor allem in Osteuropa vertreten und soll in Ländern wie Polen, Rumänien und Russland weiter ausgebaut werden. METRO agiert hierbei ähnlich wie ein Franchise-Geber mit einem eigenen Markenauftritt, liefert Produkte und bietet den teilnehmenden unabhängigen Lebensmittelhändlern weitere Services wie Schulungen und Sortimentsberatungen an. METRO zählt bereits 7.460 Franchisenehmer als Partner.

Digitale Tools

Die METRO Gesellschaft Hospitality Digital bietet Gastro-Kunden Zugang zu digitalen Lösungen und innovativen Anwendungen. Dazu gehören etwa eine kostenlose Internetpräsenz, ein Online-Reservierungstool oder effiziente Personalmanagementsysteme. Zudem stehen Applikationen zur Optimierung des jeweiligen Betriebs zur Verfügung, wie das MenuKit zur automatischen Kalkulation des Wareneinsatzes. Die konzerneigene Tech-Unit METRONOM entwickelt interne IT-Lösungen und Kundenschnittstellen wie die Einkaufs-App METRO Companion. Damit können die Kunden digitale Einkaufslisten erstellen, Großmärkte suchen, Warenverfügbarkeiten überprüfen, Barcodes scannen – und sie ersetzt die METRO Kundenkarte.

Marktplatz

METRO Markets ist ein eigens für den Großhandel entwickelter Online-B2B-Marktplatz, der auf den Erfahrungen des Marktplatzes von Real aufbaut. Die Plattform bietet ein breites, auf die Gastronomie zugeschnittenes Non-Food-

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
[@METRO_News](https://twitter.com/METRO_News)

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Andrea Euenheim,
Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

Sortiment. Gestartet im September 2019 in Deutschland, soll METRO Markets nach einer Pilotphase auf weitere Länder ausgeweitet werden. Über die Plattform verkauft METRO eigene Waren, arbeitet aber auch mit Handelspartnern zusammen und stellt somit die eigene Marke und Reichweite als globales Großhandelsunternehmen für HoReCa-Spezialisten aus der ganzen Welt zur Verfügung. Nach zwei Monaten bot der Marktplatz bereits rund 87.000 Nonfood-Artikel mit 110 Partnern an.

Dienstleistungen

In der Gastronomie sind finanzielle Engpässe keine Seltenheit, zum Beispiel wenn ein teures Gerät in der Küche ausfällt und ersetzt werden muss. Oder es stehen Investitionen in den Betrieb an. Kredite zu erhalten gestaltet sich für selbständige Unternehmer oft schwierig. Um Gastronomen auch in Sachen Finanzierung zu unterstützen, damit sie wirtschaftlich stabil und liquide bleiben, testet METRO entsprechende auf die Bedürfnisse der Kunden angepasste Dienstleistungsangebote. Seit Anfang 2019 etwa bietet METRO Österreich gemeinsam mit der österreichischen Bank BAWAG P.S.K. unter anderem die Express-Finanzierung an: Das ist ein Kredit, der sich komplett online beantragen lässt. Nach durchschnittlich 24 Stunden erfolgt eine Antwort, die Kreditsumme wird am Folgetag ausgezahlt.

Equipment

Eine moderne Ausstattung trägt in der Gastronomie dazu bei, die Produktivität zu steigern und Kosten einzusparen, bei gleichzeitig hoher Angebots- und Servicequalität. Strategische Kooperationen ermöglichen integrierte Lösungen, zum Beispiel aufeinander abgestimmte Food- und Techniklösungen zu attraktiven Sonderkonditionen. Im Juli 2019 ist METRO eine Kooperation mit PENTAGAST, Deutschlands größtem Zusammenschluss von Gastronomie- und Großküchenausstattern, eingegangen. Das Ziel ist es, Gastronomen maßgeschneiderte Lösungen aus einer Hand anzubieten und dabei die beiden Branchenkompetenzen Food und Technik zu vereinen – Gastro-Beratung und After-Sales-Service inklusive.

METRO ist ein führender internationaler Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Die weltweit rund 16 Millionen METRO Kunden können wahlweise in einem der großflächigen Märkte einkaufen, online bestellte Ware dort abholen oder sich beliefern lassen. Mit digitalen Lösungen unterstützt METRO zudem die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmern und Selbstständigen und trägt damit zur kulturellen Vielfalt in Handel und Gastronomie bei. Nachhaltigkeit ist für METRO ein wesentlicher Pfeiler sämtlicher Aktivitäten, im Dow Jones Sustainability Index ist METRO Branchen-Primus in Europa. Das Unternehmen ist in 34 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 100.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2018/19 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 27,1 Mrd. €. Im Oktober 2019 hat die METRO AG einen Vertrag über den Verkauf einer Mehrheitsbeteiligung von METRO China unterzeichnet. Für die Einzelhandelskette Real mit ihren 34.000 Mitarbeitern hat METRO im September 2018 den Verkaufsprozess eingeleitet. Mehr Informationen unter www.metroag.de

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
[@METRO_News](https://twitter.com/METRO_News)

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Andrea Euenheim,
Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf