

METRO STARTET WACHSTUMSOFFENSIVE „sCore“ MIT AMBITIONIERTEN ZIELEN BIS 2030

1-3

- Der Großhändler schärft Fokus auf Profikunden und baut Multichannel-Model aus. Wesentliche Maßnahmen bis 2030 sind:
 - Funktionale Neuausrichtung der Stores auf Profikunden mit fokussierten B2B-Sortimenten
 - Erhöhung des Eigenmarkenanteils auf >35% geplant
 - Ausbau des FSD-Geschäftes (Food Service Distribution) durch erweiterte Nutzung von Store-Flächen für Belieferung, zusätzliche Depots und eine Stärkung der Salesforce
 - Internationale Expansion des Online-Marktplatzes METRO MARKETS
 - Stärkung der Kundenbindung durch Skalierung der digitalen DISH-Produkte für die Gastronomie
 - Ausbau der Franchiselösungen für Trader-Kunden
- METRO will über Marktniveau wachsen und präsentiert Mittel- und Langfristambitionen bis 2030:
 - Umsatz wächst zunächst 3 % bis 5 % CAGR von 2022 bis 2025; danach mit erhöhter Geschwindigkeit auf >40 Mrd. EUR bis 2030
 - Wachstum v.a. getrieben durch mehr als verdreifachte FSD-Umsätze und durch Ausbau des Marktplatz-Geschäftes auf >3 Mrd. EUR; digitaler Umsatzanteil wächst auf insgesamt 40 % des Gesamtumsatzes
 - EBITDA zeigt zunächst ein robustes Wachstum von 3 % bis 5 % CAGR von 2022 bis 2025 und steigt langfristig auf >2 Mrd. EUR im Jahr 2030
 - Cash-Investitionen erhöhen sich auf jährlich bis zu 2,5 % des Gesamtumsatzes bis 2025 und gehen dann graduell wieder auf ein langfristiges Niveau von bis zu 1,5 % zurück
 - Free Cashflow deckt mittelfristig erhöhten Investitionsbedarf für das angestrebte organische Wachstum. Langfristig steigt der Free Cashflow auf >0,6 Mrd. EUR im Jahr 2030
 - Das Verhältnis von Nettoverschuldung und EBITDA reduziert sich graduell auf die Zielquote ~2,5x bis 2025
 - Dividendenpolitik bestätigt mit 45 % bis 55 % des EPS

Düsseldorf, 26. Januar 2022 – Im Rahmen seines Kapitalmarkttagess präsentiert der Großhändler METRO heute seine Wachstumsstrategie „sCore“. Dabei steht Score für die gesetzten Ziele und Core für den starken Großhandelskern. In den kommenden Jahren will METRO sein Wachstumstempo steigern, den Kundennutzen maximieren und mit seinen Langfristzielen bis 2030 seine Position als ein führender Lebensmittelgroßhändler ausbauen. Dabei soll der Umsatz bis 2030 auf über 40 Mrd. EUR und das EBITDA auf über 2 Mrd. EUR wachsen. Im Rahmen der Strategie plant das Unternehmen bis 2025 jährlich bis zu 2,5 % des Gesamtumsatzes zu investieren und diese Investitionen anschließend graduell auf bis zu 1,5 % des Gesamtumsatzes zu reduzieren. Langfristig soll bis 2030 ein Free Cashflow von über 0,6 Mrd. EUR generiert werden.

Die Wachstumsoffensive basiert auf 3 Säulen: Die Großhandelsausrichtung für

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Dr. Steffen Greubel, Vorsitzender
Christian Baier, Andrea Euenheim,
Rafael Gasset, Claude Sarrailh

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

Profikunden schärfen, das Multichannel-Geschäftsmodell deutlich ausbauen und neue Geschäftsfelder erschließen. Dies bedeutet eine konsequente Ausrichtung des Angebots an die Bedürfnisse von professionellen Kunden. Auch soll der FSD-Umsatz mehr als verdreifacht und die Marktplatz-Umsätze von METRO MARKETS auf mehr als 3 Mrd. EUR erhöht werden. Die Erschließung neuer Geschäftsfelder umfasst den Ausbau der Franchise-Konzepte für kleinere Händler sowie die weitere Expansion des Großkundengeschäfts im Gastgewerbe. Im Ergebnis soll das Geschäftsmodell des Großhändlers mit über 80 % Umsatzanteil stark auf professionelle Kunden ausgerichtet sein. Zudem fokussiert METRO sich weiterhin auf das Thema Nachhaltigkeit. Die wesentlichen Schwerpunkte der METRO Nachhaltigkeitsstrategie sind dabei die Klimaneutralität bis 2040, Vermeidung von Plastik und Lebensmittelabfällen sowie der weitere Ausbau eines nachhaltigen Sortiments.

2-3

„Unsere Strategie ‚sCore‘ steht für Wachstum im Kerngeschäft der METRO, dem Lebensmittelgroßhandel für Profikunden. Mit unserem Multichannel-Geschäftsmodell, unseren Franchise-Konzepten und unseren digitalen Angeboten hat METRO die richtigen Antworten auf die Veränderungen, die die HoReCa- und Trader-Branche derzeit prägen. Gleichzeitig bleibt unser Markt hochattraktiv, da groß, wachsend und stark fragmentiert. METRO wird daher in der anstehenden Konsolidierung der Großhandelsbranche eine Rolle spielen. Wir konnten in den letzten Monaten bereits durch Umsatzrekorde in vielen Ländern über Markt wachsen. Nun geht es um ein konsequentes Ausrollen unserer Strategie. Unser Wachstum wird hauptsächlich organisch sein und aus dem operativen Geschäft finanziert werden. Mit unserer sCore-Strategie schaffen wir einen Mehrwert für unsere Kunden und Mitarbeiter, für Investoren und für die Gesellschaft“, sagte Dr. Steffen Greubel, Vorstandsvorsitzender der METRO AG.

Multichannel-Mix – Win-Win für METRO und seine Profikunden

Das Multichannel-Geschäftsmodell der METRO stellt ein Alleinstellungsmerkmal im fragmentierten Lebensmittelgroßhandel dar und ist das Herzstück der Strategie. Hierbei ergänzen sich stationäre Märkte, FSD, Vertrieb sowie digitale Angebote und greifen ineinander. Kunden, die alle Kanäle nutzen, sind besonders treu mit überproportional hohen Umsätzen.

1. Die **Stores** bleiben ein zentraler Bestandteil des Geschäftsmodells, weil sie METRO Kunden eine hohe Flexibilität in der Warenversorgung erlauben und zugleich den persönlichen Austausch vor Ort ermöglichen. Der Umsatz der Großhandelsmärkte soll langfristig um den Faktor größer 1,2 wachsen. Zudem sollen Großhandelsmärkte auch das FSD-Geschäft leistungsfähiger machen, indem Flächen künftig zunehmend für die Out-of-Store-Belieferung genutzt werden.
2. METRO wird die Auslastung des bestehenden Netzwerks erhöhen und damit das **FSD-Geschäft** forcieren. Dieser 2. Vertriebskanal stellt den stärksten Wachstumshebel dar, entlastet die Kunden und gewinnt in der Gastronomie immer mehr an Bedeutung. Durch den geplanten Ausbau des Netzwerkes aus Out-of-Store-Belieferung und Depots sollen sich die FSD-Umsätze bis zum Jahr 2030 im Vergleich zum Geschäftsjahr 2020/2021 mehr als verdreifachen. Das gelingt nur mit einer starken Salesforce. Persönliche Beziehungen sind eine weitere wichtige Säule, um den Umsatz mit

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Dr. Steffen Greubel, Vorsitzender
Christian Baier, Andrea Euenheim,
Rafael Gasset, Claude Sarrailh

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

professionellen Kunden zu steigern. Deshalb will METRO künftig die Salesforce ausbauen und plant diese mindestens zu verdoppeln (bislang ~6.500 Mitarbeiter). Damit investiert das Unternehmen zugleich in Kundenbindung und Beratungsqualität.

3-3

- Der **Marktplatz** ist ein weiterer stark wachsender Vertriebskanal im Multichannel-Mix der METRO. Der Online-Marktplatz METRO MARKETS ist 2019 gestartet, heute in Deutschland und Spanien aktiv und bietet mittlerweile über 600.000 Gastronomie-nahe Produkte für Profikunden an. METRO MARKETS beabsichtigt die Sortimente weiter auszubauen, in Europa zu expandieren und den Marktplatz-Umsatz bis 2030 um das 60-fache auf mehr als 3 Mrd. EUR zu erhöhen.

Alle Kanäle sind durch **digitale Lösungen** vernetzt, die das Bestellen für die Belieferung (M|Shop), das Einkaufen im Store (M|Companion) oder die Prozesse bei Kunden vor Ort (DISH) erleichtern. In 2030 sollen 40 % aller Umsätze digital generiert werden.

Großhandel für Großhandelskunden – der Kompass

Grundlage für die Umsetzung der Wachstumsoffensive ist die **konsequente Ausrichtung** aller Prozesse und Angebote auf professionelle Großhandelskunden. Dementsprechend plant METRO den Umsatzanteil mit professionellen Kunden (HoReCa und Trader) bis 2030 auf über 80 % zu steigern (bislang 66 %).

Großhandel für Profikunden ist dabei industriell, effizient, verlässlich und professionell. Das bedeutet: Sortimente, Produkteigenschaften, Warenpräsentation und Verpackungen sind künftig ausschließlich auf Profikunden abgestimmt. Das gilt insbesondere für Eigenmarken-Produkte. Den Anteil der **Eigenmarken** am Umsatz plant METRO in den kommenden Jahren auf >35 % erhöhen (bislang 17 %).

Die **Preise** sollen verlässlich unterhalb des Einzelhandelspreisniveaus bleiben. Dieses Angebotsmanagement ist der Schlüssel zu einer Großhandelsausrichtung. Damit steigert METRO sowohl seine Relevanz als auch die Effizienz für Profikunden – und schafft damit ideale Voraussetzungen für ein erfolgreiches Multikanal-Geschäft.

METRO Kennzahlen

Kennzahl	2022-2025 Ambition	2030 Ambition
Umsatz	+3-5 % CAGR	>40 Mrd. EUR
EBITDA	+3-5 % CAGR	>2 Mrd. EUR
Cash-Investitionen (% Umsätze)	<2,5 %	<1,5 %
Free Cashflow	Reinvestieren in Wachstum	>0,6 Mrd. EUR
Nettoverschuldung/EBITDA	Reduzierung auf ~2,5x	<2,5x

METRO ist ein führender internationaler Großhändler mit Food- und Non-Food-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Die weltweit über 17 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, seit 8 Jahren ist METRO im Dow Jones Sustainability Index gelistet. Das Unternehmen ist in über 30 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 95.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2020/21 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 24,8 Mrd. €. Mehr Informationen unter www.metroag.de oder via www.mpulse.de, unserem Onlinemagazin.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Dr. Steffen Greubel, Vorsitzender
Christian Baier, Andrea Euenheim,
Rafael Gasset, Claude Sarrailh

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf