

A large yellow geometric shape, resembling a stylized 'M' or a folded piece of paper, is positioned on the left side of the slide. It has a dark blue background within its upper-left corner where the text is located.

Q3 2016 / 17 ERGEBNISPRÄSENTATION

31. August 2017

DISCLAIMER UND HINWEISE

Soweit Aussagen in dieser Präsentation sich nicht auf vergangene oder gegenwärtige Fakten beziehen, stellen sie zukunftsgerichtete Aussagen dar. Alle diese zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf gewissen Schätzungen, Erwartungen und Annahmen zur Zeit der Veröffentlichung dieser Präsentation und es kann keine Gewissheit geben, dass diese Schätzungen, Erwartungen und Annahmen richtig sind oder sich als richtig erweisen. Weiterhin sind die zukunftsgerichteten Aussagen Gegenstand von Risiken und Unsicherheiten, die bewirken können, dass tatsächliche Ergebnisse, und die Performance oder die Finanzlage von zukünftigen Ergebnissen, der Performance oder der Finanzlage, die in dieser Präsentation dargestellt oder angedeutet werden, wesentlich voneinander abweichen. Viele dieser Risiken und Unsicherheiten beziehen sich auf Faktoren, die von der METRO AG weder kontrolliert noch verlässlich geschätzt werden können. Die Risiken und Unsicherheiten, die die zukunftsgerichteten Aussagen beeinflussen können, enthalten (ohne Einschränkungen) das zukünftige Markt- und gesamtwirtschaftliche Umfeld, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, Investitionen in innovative Verkaufsformate, den Ausbau von Online- und Multichannel-Verkaufsaktivitäten, die Integration erworbener Unternehmen und das Erreichen der anvisierten Kostenersparnis und Produktionssteigerung und das Handeln der staatlichen Aufsichtsbehörden. Leser werden ermahnt sich nicht auf diese zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen. Die METRO AG übernimmt keinerlei Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren oder sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieser Präsentation anzupassen.

Diese Präsentation dient ausschließlich Informationszwecken und darf nicht als Anlageberatung verstanden werden. Sie ist nicht als Verkaufsangebot bestimmt oder als Aufforderung zu einem Angebot zum Kauf oder Zeichnung irgendwelcher Wertpapiere nach irgendeiner Rechtsordnung. Weder die Präsentation, noch etwas darin Enthaltenes, soll die Grundlage für jedwede Verpflichtung oder Vertrag darstellen oder mit einem solchen in Verbindung gebracht werden. Die Präsentation darf zu keiner Zeit ohne vorherige schriftliche Zustimmung der METRO AG vervielfältigt, verbreitet oder veröffentlicht (ganz oder teilweise) werden.

Historische Finanzinformationen, die in dieser Präsentation enthalten sind, basieren auf der verkürzten kombinierten vorläufigen Zwischenfinanzmitteilung der METRO AG (vormals METRO Wholesale & Food Specialist AG) für die neun Monate bis 30. Juni 2017 oder sind aus dieser abgeleitet. Diese Finanzinformationen deuten nicht notwendigerweise allein auf die operativen Ergebnisse, die Finanzlage und/oder den Cash Flow der METRO hin, weder in der Vergangenheit noch in der Zukunft.

Die Präsentation enthält ergänzende Finanzkennzahlen, die keine nach allgemein akzeptierten Rechnungslegungsstandards definierten, finanziellen oder operativen Kennzahlen darstellen oder darstellen könnten. Diese Kennzahlen sollten nicht isoliert als Alternativen zu Finanzmaßen, die in Übereinstimmung mit IFRS präsentiert werden, betrachtet werden. Andere Unternehmen, die ähnlich bezeichnete Kennzahlen offenlegen, könnten diese anders berechnen. Alle aufgezeigten Werte verstehen sich vor Sondereffekten, es sei denn etwas anderes ist angegeben. Alle Beträge sind in Million Euro (€ Million) angegeben, es sei denn etwas anderes ist angegeben. Alle Beträge unter €0,5 Million werden auf 0 abgerundet. Unterschiede in der Rundung können auftreten.

HÖHEPUNKTE Q3: STARKES UMSATZWACHSTUM, STABILE EBIT-MARGE UND VERBESSERTER FREE CASH FLOW

Umsatzwachstum

berichtet: +4,9%

flächenbereinigt: +2,6%

Belieferung¹: >30%,
+14% ohne Pro à Pro

Online (Real): ~+70%

*mittelfristiges Ziel: +3%
berichtetes Wachstum*

EBIT und EBIT-Marge²

EBIT: 230 Mio. € (Vj. 239)

Marge:

- vor Sf.³: +2,5%
(Vj. +2,7%)
- berichtet: +2,3%
(Vj. +0,8%)

*mittelfristiges Ziel EBITDA-
Marge: ~5%, keine
Sonderfaktoren*

Free Cash Flow (FCF)⁴

Δ EBITDA (berichtet): +139 Mio. €
ggü. Vj.

Δ Veränderung
Nettobetriebsvermögen:
+166 Mio. € ggü. Vj.

Δ Investitionen: +2 Mio. € ggü. Vj.

Δ Free Cash Flow: +307 Mio. €
ggü. Vj.

*mittelfristiges Ziel Free Cash Flow
Conversion: >60%*

¹Wachstum Belieferung Großhandel.

²Das mittelfristige Ziel bezieht sich auf die Marge des EBITDA vor Sonderfaktoren; die Berichterstattung von METRO Wholesale wird für das GJ 2016/17 den Schwerpunkt weiterhin auf das EBIT legen.

³Sf. = Sonderfaktoren

⁴EBITDA berichtet - Investitionen exklusive Finanzierungs-Leasings-Verlängerungen und M&A +/- Veränderungen des Nettobetriebsvermögens.

01

FINANZERGEBNIS

UMSATZ IN Q3 – STARKE ENTWICKLUNG AUF DER GANZEN LINIE

%	Q3 2015 / 16	Q3 2016 / 17
Flächenbereinigtes Wachstum	-0,6 %	2,6 %
METRO Wholesale	0,1 %	2,6 %
Real	-3,5 %	2,5 %
Berichtetes Wachstum	-4,8 % ¹	4,9 %
METRO Wholesale	-4,5 %	6,2 %
Real	-6,0 %	0,7 %
Umsatzanteil der jeweiligen Vertriebslinie		
FSD: METRO Wholesale	13,5 %	16,7 %
<i>ohne Pro à Pro</i>		14,6 %
Online: Real	0,9 %	1,5 %

¹nicht geprüft; interne Berechnungen.

Flächenbereinigtes Wachstum

- Starkes flächenbereinigtes Wachstum von 2,6% in Q3
- Wholesale: alle Cluster mit positivem flächenbereinigtem Wachstum; Frankreich, die Türkei und Deutschland konnten Russland und die Niederlande überkompensieren
- Minimale kalendarische Unterstützung bei Real, keine Kalendereffekte bei METRO Wholesale

Berichtetes Wachstum

- Berichtetes Wachstum sogar noch stärker bei 4,9%
- Getragen von 6 Markteröffnungen und unterstützt durch Währungseffekte

Umsatzanteil Mehrkanal

- Weiterhin zweistelliges Umsatzwachstum beim Belieferungsgeschäft von METRO Wholesale
- Onlinegeschäft bei Real mit ~70% Wachstum auf Umsatzanteil von 1,5%

EBIT IN Q3 – OPERATIVEN VERBESSERUNGEN BEI WHOLESALE STEHEN GERINGERE IMMOBILIENERTRÄGE GEGENÜBER

in Mio. €	Q3 2015 / 16	Q3 2016 / 17
EBIT	239	230
METRO Wholesale	242	256
<i>davon Wechselkurs-effekte</i>		12
Real	8	-2
Sonstige/Konsolidierung	-11	-25
EBIT-Marge	2,7 %	2,5 %
METRO Wholesale	3,4 %	3,4 %
Real	0,4 %	-0,1 %
Immobilien­erträge	26	9
METRO Wholesale	0	0
Real	0	0
Sonstige	26	9

EBIT und EBIT-Marge

- EBIT Wholesale
 - ohne Unterstützung von Währungseffekten 3 Mio. € über Vorjahreswert
 - starke flächenbereinigte Länder gleichen schlechter abschneidende Länder aus
- Rückgang der EBIT-Marge von Real durch Preisinvestitionen auf einem wettbewerbsintensiven Markt und höhere Marketingkosten

Immobilien­erträge

- METRO EBIT beeinflusst von 17 Mio. € niedrigeren Immobilien­erträgen in „Sonstige“
- Q3-Erträge aus Verkauf von zwei deutschen Einkaufszentren

VOM EBIT ZUM ERGEBNIS JE AKTIE IN Q3 – KONTINUIERLICHE VERBESSERUNG DER STEUERQUOTE

in Mio. €	Q3 2015/16	Q3 2016/17
EBIT	239	230
<i>Zins- und Beteiligungsergebnis</i>	-28	-33
<i>Übriges Finanzergebnis</i>	-4	-43
Finanzergebnis	-32	-76
Ergebnis vor Steuern	208	154
Steuerquote (9M)	41,6%	40,8%
Nettoertrag	133	88
Ergebnis je Aktie in € ¹	0,36	0,24
Ergebnis je Aktie (berichtet) ¹	0,14	0,21

Finanzergebnis

- Niedrigerem Zinsaufwand (günstiges Zinsumfeld) stehen niedrigere Zinserträge aufgrund steuerlicher Erstattungen im Vorjahr gegenüber
- Übriges Finanzergebnis negativ beeinflusst durch Bewertung von konzerninternen Forderungen in Fremdwährung (nicht zahlungswirksam)

Ergebnis je Aktie

- Rückgang durch niedrigere Immobilienerträge und Finanzergebnis
- Auf Neunmonatsbasis stieg das Ergebnis je Aktie von 0,81 € 2015/16 auf 1,08 € 2016/17

¹Pro-forma-Angabe, die die erhöhte Aktienanzahl widerspiegelt (Demerger war zum Ende des 3. Quartals nicht vollzogen).

FREE CASH FLOW IN Q3 – STARKE VERBESSERUNG VOR ALLEM DURCH GERINGERE SONDERFAKTOREN UND VERBESSERTES NETTOBETRIEBSVERMÖGEN

in Mio. €	Q3 2015/16	Q3 2016/17
EBITDA	417	399
Sonderfaktoren EBITDA	167	10
EBITDA berichtet	250	389
Veränderung Nettobetriebsvermögen	-190	-24
Investitionen ¹	-187	-185
METRO Wholesale	-125	-108
Real	-33	-39
Sonstige	-28	-38
Free Cash Flow	-127	180
Nettoverschuldung (30. Juni)	3.589	3.766

Veränderung Nettobetriebsvermögen

- Verbesserung des Nettobetriebsvermögens unterstützt durch Osterverschiebung und zeitliche Effekte, z. B. Tageskonstellation

Investitionen

- Wholesale: Instandhaltung und Umbau; 6 neue Märkte: China (2), Indien (2), Frankreich (1), Italien (1)
- Sonstige: Wartung der IT und Software-Entwicklung

Free Cash Flow

- Verbesserung in Q3 durch deutlich geringere Sonderfaktoren und Entwicklung des Nettobetriebsvermögens

Nettoverschuldung

- Anstieg der Nettoverschuldung im Wesentlichen getrieben durch die Akquisition von Pro à Pro

¹Investitionen, exklusive M&A und Finanzierungs-Leasing-Verlängerungen.

02 UPDATE STRATEGIE

DIE TREIBER FÜR EIN QUARTAL MIT STARKEM WACHSTUM



- 1 Mitarbeiter-Aktivierung
- 2 Anpassungen des Geschäftsmodells
- 3 Vorstoß in das Belieferungsgeschäft

MITARBEITER-AKTIVIERUNG SPIELT EINE ENTSCHEIDENDE ROLLE



Hochmotivierte Mitarbeiter

gemessen anhand des
Employee Engagement Index

Wholesale: 76%

Deutschland: 55% (2016:
51%)

Höhere Kundenzufriedenheit

gemessen anhand des Net
Promoter Score

initiiert in 8 Ländern

auf die ~70% des Umsatzes
entfallen

vollständige Einführung bis zum
GJ 2017/18

Umsatzwachstum

flächenbereinigt +2,6%
in Q3

ANPASSUNG DES GESCHÄFTSMODELLS AN KUNDENBEDÜRFNISSE – FLÄCHE



Leichtes Zurechtfinden im Markt

Wenn notwendig Fläche reduzieren

- ~10% Verringerung der m² in den letzten 5 Jahren (Trader ~-20%)
- Durchschnittliche Größe: 6.500-8.500 m²/Markt

... sogar in aufstrebenden Märkten

- China: ~-17% Ø Marktgröße
- Russland: ~-8% Ø Marktgröße
- In der gleichen Zeit +34 Märkte in China und +27 in Russland

Eröffnung von noch kleineren Märkten

- Alès (Frankreich): 1.250 m², ~7.000 Artikel, Fokus auf Ultra-Frische-Produkte



Fokus auf Ultra-Frische-Produkte



Self-Scanning-System



Komprimiertes Non-food-Angebot



Bestellung von schweren Produkten

ANPASSUNG DES GESCHÄFTSMODELLS AN KUNDENBEDÜRFNISSE – SORTIMENT

Ein überzeugendes Sortiment

Abnehmender Umsatzanteil von Non-Food-Artikeln

- 13% (9M Gj. 2016/17), -1,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr

Sortimentsgestaltung (z.B. Frankreich)

- ~5.000 Artikel ausgelistet und durch ~2.000 HoReCa-Artikel ersetzt
- Wachstum bei Frequenz und Warenkorb

Kontinuierliche Überarbeitung von Eigenmarken

- ~85% der kaufenden Kunden erwerben Eigenmarken
- ~92% der HoReCa-Kunden kaufen Eigenmarken



METRO

METRO

PROFESSIONAL

METRO

Chef

METRO

Premium

METRO

WEITER DYNAMISCHES WACHSTUM IN DER BELIEFERUNG



Ein verlässlicher Partner für die „letzte Meile“

Starkes Wachstum

- Kontinuierliches zweistelliges Wachstum auf 16,7% Umsatzanteil

Professionalisierung des Umsetzungsmodells

- Alle Länder haben zusätzliche separate Ladenflächen / entsprechende Lagerflächen für die Belieferung aus den Märkten bereitgestellt
- Großflächige Einführung führt zu zusätzlichen Anlaufkosten

Digital Readiness: per METRO Software online bestellen

Aufbau des Kundenstamms

- Stabile Umsätze in Übereinstimmung auf Konzerndurchschnittsniveau

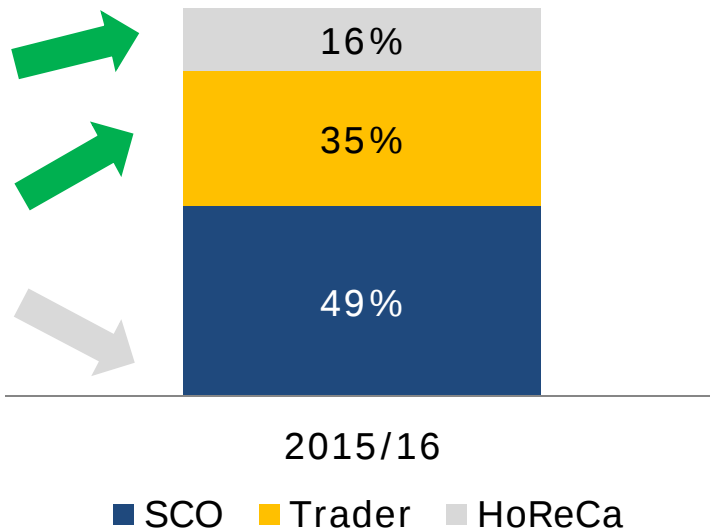


KOMBINATION DER DREI FAKTOREN: WARUM METRO RUSSLAND FUNKTIONIERT



Stärkung des Leistungsangebots für Gewerbekunden in herausforderndem makroökonomischen Umfeld: Mitarbeiter-Aktivierung, Anpassung des Geschäftsmodells und Vorstoß in das Belieferungsgeschäft

Ausbau HoReCa & Trader
(flächenbereinigter Umsatzanteil)



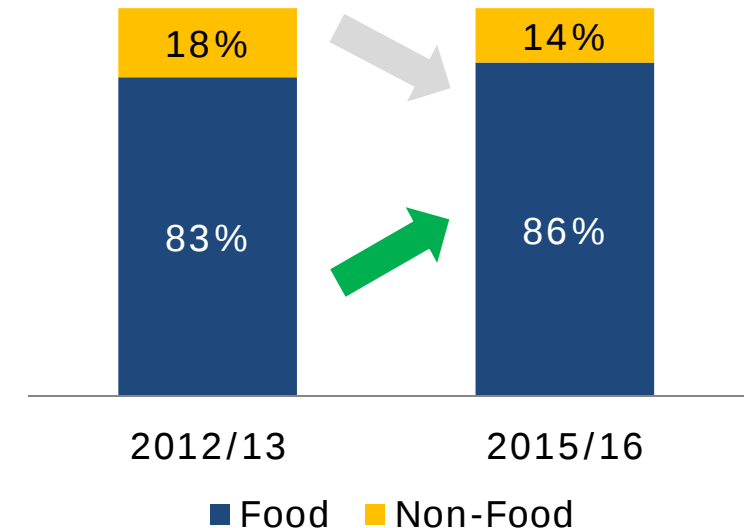
Motivierte Mitarbeiter (EEI 2017)

Jährlich bestimmt anhand des
Employee Engagement Index

Rücklaufquote: >90%

Engagement-Score: 85%

Schwerpunkt auf
Lebensmittel (Umsatzanteil)



KOMBINATION DER DREI FAKTOREN: WARUM METRO RUSSLAND FUNKTIONIERT



Anpassung des Geschäftsmodells und Vorstoß in das Belieferungsgeschäft, um der Marktentwicklung voraus zu sein

Franchise-Programm für selbstständige Einzelhändler

- ~240 Fasel-Märkte seit dem Projektstart eröffnet
- neues Modell in Zusammenarbeit mit Tankstellen



Belieferungsdepot in existierendem Markt in St. Petersburg

- optimierte Marktgröße: 3.000 m² dem Depot zugewiesen
- 3.300 m² gesonderte Fläche zur Belieferung des gesamten Stadtgebiets



STABILE PERFORMANCE IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL; NEUE FOOD-LOVER-MÄRKTE IN DER ENTSTEHUNG

Rollout des Food-Lover-Konzepts

- Weiterhin überdurchschnittliche Entwicklung des Pilot-Marktes in Krefeld
- Überprüfung des Konzepts abgeschlossen
 - „Markthallen“-Ansatz bestätigt
 - Verkaufsfläche optimiert
 - Investitionen reduziert
- Braunschweig als nächster Markt ausgewählt
- Umsetzung ausgewählter Module im gesamten Portfolio



Multikanal-Ansatz

- Positive Online-Entwicklung ~ +70% in Q3
- 1,5% des Gesamtumsatzes in Q3
- >10 Mio. Besucher pro Monat seit der Integration von Hitmeister
- 35% Bestellung per Mobilgerät in Q3
- ~10 Mio. Artikel



03 AUSBLICK & PROGNOSE

AUSBLICK

Technische Effekte, die in Q4 zum Tragen kommen werden

- EBIT
 - Immobilienerträge: 125 Mio. € in Q4 2015/16 (92 Mio. € in Sonstige; 33 Mio. € in METRO Wholesale)
 - Kleiner einmaliger Ertrag aus der Kapitalisierung von Renten in Q4 2015/16
 - Sonderfaktoren: Demerger-Kosten im 4. Quartal 2016/17
- Nettobetriebsvermögen: teilweise Umkehr der Zeiteffekte in Q4 2016/17

Prognose

- Einschränkungen bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen bis zur Berichterstattung GJ 2016/17 im Dezember 2017
- 1 Mrd. € Investitionen inkl. Pro à Pro für das GJ 2016/17 erwartet

	GJ 2015 / 16	mittelfristiges Ziel
Umsatz Wachstum ¹	37 Mrd. €	≥ 3 %
EBITDA-Marge ²	4,9 %	stabil
Free Cash Flow Conversion ³	43 %	> 60 %

¹Bei stabilen Wechselkursen und vor Portfoliomaßnahmen; ²EBITDA vor Sonderfaktoren

³(EBITDA berichtet - Investitionen exklusive Finanzierungs-Leasings-Verlängerungen und M&A +/- Veränderungen des Nettobetriebsvermögens) / berichtetes EBITDA

VERANSTALTUNGEN UND FINANZKALENDER

Kommende Veranstaltungen

- METRO unboxed 13. September: Pressetermin und offizielle Eröffnung der Ausstellung

Finanzkalender

- Umsatzmeldung Geschäftsjahr 2016/17: 20. Oktober 2017, 7:30 Uhr MEZ
- Geschäftsbericht 2016/17: 13. Dezember 2017, 8:00 Uhr MEZ

FRAGEN & ANTWORTEN



Olaf Koch
Vorsitzender des Vorstands

METRO