

A large, yellow, abstract graphic element on the left side of the slide, resembling a stylized house or a folded piece of paper. It has a pointed top and a vertical edge on the right.

# Q2 2017/18 ERGEBNISPRÄSENTATION

15. Mai 2018

# 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 Enthaltene, 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.

Die Vorjahreswerte für den Sechsmonatszeitraum zum 31. März 2017 entsprechen denen des Kombinierten Abschlusses zum 31. März 2017 der damaligen METRO Wholesale & Food Specialist Group (jetzige METRO).

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 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.

# WESENTLICHE FAKTEN Q2



## Umsatzwachstum

Berichtet <sup>1</sup> :	2,0 %
Flächenbereinigt:	2,0 %
Belieferung <sup>2</sup> :	+13 %
Online (Real):	~ +28 %



## EBITDA und EBITDA-Marge<sup>3</sup>

EBITDA:	161 Mio. € (Vorjahr: 251 Mio. €)
Marge:	1,9 % (Vorjahr: 3,0 %)
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen:	153 Mio. € (Vorjahr: 177 Mio. €)
Marge ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen:	1,8 % (Vorjahr 2,1 %)



## Free Cash Flow (FCF)<sup>4</sup>

Δ EBITDA:	-90 Mio. € ggü. Vorjahr
Δ Veränderung des Nettobetriebsvermögens:	-6 Mio. € ggü. Vorjahr
Δ Investitionen:	-39 Mio. € ggü. Vorjahr
Δ FCF:	-135 Mio. € ggü. Vorjahr

Guter Fortschritt in Mehrheit der Länder

<sup>1</sup>Konstante Wechselkurse <sup>2</sup>Belieferung Wholesale organisch und M & A <sup>3</sup>EBITDA inkl. Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen

<sup>4</sup> EBITDA – Investitionen ohne Finanzierungs-Leasing-Verlängerungen und M & A +/- Veränderungen des Nettobetriebsvermögens

# HINTERGRUND ZUR ANPASSUNG DER PROGNOSE AM 20. APRIL



Aktualisierte Sicht auf Russland.  
Entscheidung über schnellen Roll-out des Wholesale-Fokus.



Entscheidung zur Beendigung des temporären Tarifvertrags mit Verdi.  
Zahlung von zuvor gesenkten Nebenleistungen in 2017/18.



Prognoseanpassung wegen gesenkter Erwartungen für H2 2017/18.

# NEUER KONZERN-COO

## Philippe Palazzi, neuer Konzern-COO

### Langjährige operative Erfahrung

- Mehr als 20 Jahre Erfahrung im Großhandel mit Führungspositionen in 4 Ländern in West- und Osteuropa
- Starke Erfolgsbilanz
- Turnaround von Italien (CEO 2011-2014): Transformation vom undifferenzierten Cash-and-Carry- zum fokussierten HoReCa-Großhändler

### Kundenorientierter und entschlossener Vordenker

- Operating Partner für Frankreich, Spanien und Portugal seit 2015
- Überprüfung und strategischer Relaunch des globalen Eigenmarkensortiments
- Starker Fokus auf Kundennähe und Communities (Own Business Day)
- Erfolgreiche Akquisition und Integration von Pro à Pro

### Was auf seiner Agenda steht:

- Umsetzung der Wertschöpfungspläne
- Preisstrategie
- Professionalisierung der Belieferung (FSD)
- Ausbau der Eigenmarken
- Nahtloses Kundenerlebnis (Omnichannel)
- Partnerschaft mit Produzenten



# ANGEPASSTE PROGNOSE FÜR 2017/18

## Prognose<sup>1</sup>

	Geschäftsjahr 2016/17	Geschäftsjahr 2017/18
Umsatzwachstum in lokaler Währung	1,1 %	≥ 0,5 %
Flächenber. Wachstum	0,5 %	> 0,5 %
Berichtetes EBITDA <sup>1</sup> ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilien- transaktionen	1.436 Mio. € <sup>2</sup>	Leicht über Vorjahr

## Anmerkungen

- Erwartungen für Belieferungswachstum, Markteröffnungen, Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen, Investitionen und Free Cash Flow Conversion bestätigt
- Währung: -45 Mio. € Währungseffekte für Geschäftsjahr 2017/18 erwartet
- Finanzergebnis: rund -180 Mio. € (vorher -200 Mio. €)
- Steuerquote: ≤45 % (vorher ≤40 %; 46,9 % in 2016/17)
- EPS: rund 15 % Steigerung (vorher rund 30 %, 0,89 € in 2016/17)

<sup>1</sup>Bei konstanten Wechselkursen und vor Portfoliomaßnahmen

<sup>2</sup>Berichtetes EBITDA 2016/17 von 1.611 Mio. € abzüglich 175 Mio. € Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen

01

# VERTIEFTER EINBLICK IN DAS RUSSISCHE GESCHÄFT

# BESCHLEUNIGUNG DES WHOLESALE-FOKUS



Top-down-Sicht  
Operating Partner  
(OP)



Lokale Initiativen

Pilotphase BMPL (Buy-more-Pay-less):  
~25 % der Märkte repräsentieren  
35 % des Umsatzes in Russland



Entscheidung für Beschleunigung

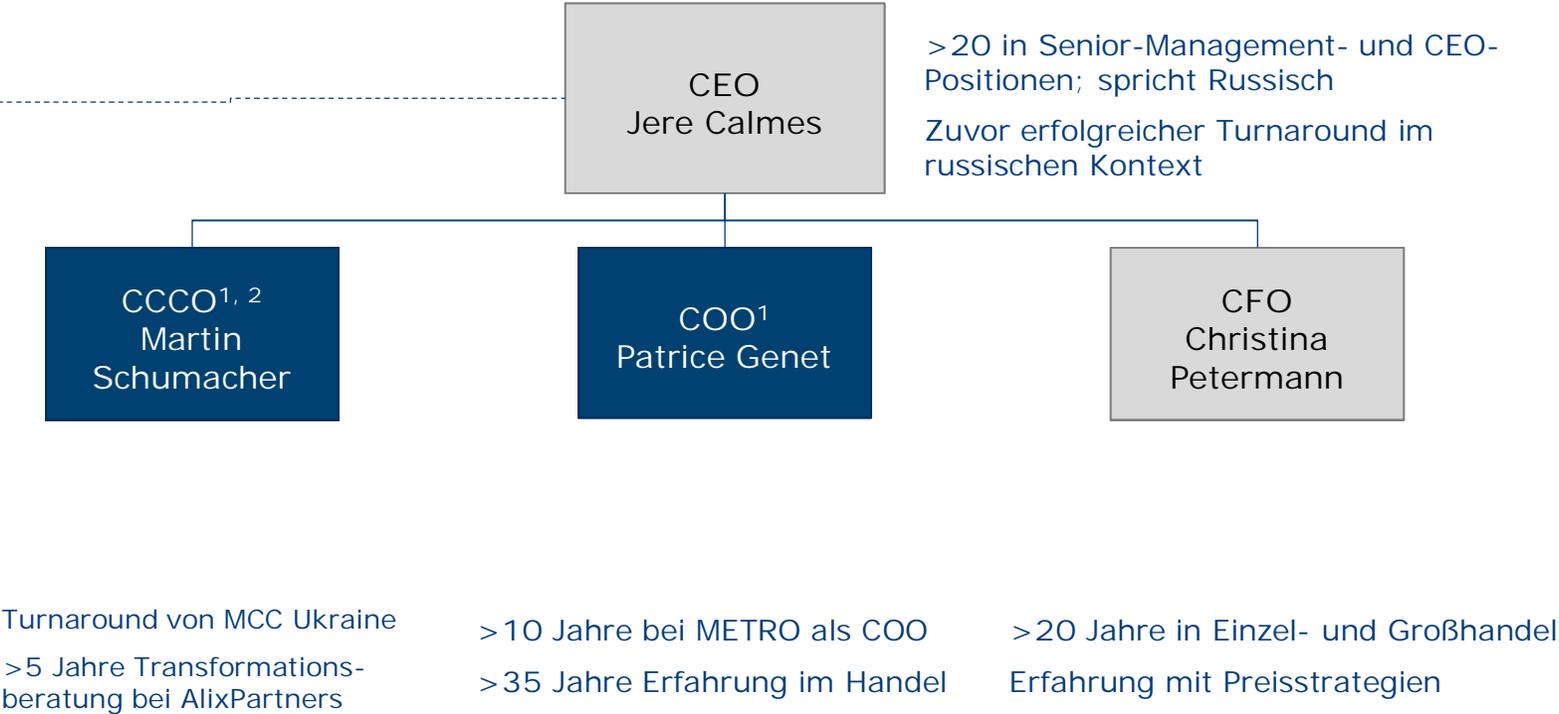
- Stärkung des lokalen Managements
- Wholesale-Fokus
- Roll-out von BMPL im ganzen Land

# GESTÄRKTES MANAGEMENT

**Operating Partner  
Rafael Gasset**



- Mehr als 25 Jahre im Einzel-/ Großhandel, inkl. CEO in Osteuropa
- Erfolgreicher Operating Partner in Turnaround-Fällen wie Polen und vorherige Verantwortung für Rumänien
- Starke Prozessorientierung und Turnaround-Track-Record



Starkes und erfahrenes Führungsteam

<sup>1</sup>Im aktuellen Quartal zu METRO Russland gestoßen  
<sup>2</sup>CCCO = Chief Customer & Commercial Officer

# AKTIONSPLAN 2018

## Wholesale-Fokus

Erhöhung des Umsatzanteils von Trader und HoReCa (mittelfristig >60%)

### Bestehende Initiativen beschleunigen

- Schnellerer Roll-out von Fasol durch einfacheres Onboarding
- Belieferungswachstum durch weitere Depots in Märkten fortsetzen

### Sortiment

- Kategorierollen und zu gewinnende strategische Kämpfe definiert
- Neuaufstellung des Sortiments mit einem Fokus auf Leistungskategorien

### Marktexzellenz

- Schulung der Mitarbeiter in Produktwissen
- Einsatz neuer Technologien zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses (z. B. Self-Scanning)
- Höherer Anteil der Warenpräsentation auf Paletten (Bulkware)

### Prozessoptimierung

- Optimierung von Kostenstrukturen und Preisbildungsprozessen

## BMPL-Konzept

	Menge	Preis	
	5 ×	540	Großhandelspreis
	3 ×	570	Mittleres Segment
	1 ×	600	Einstiegspreis



~ 35.000  
Artikel pro  
Markt



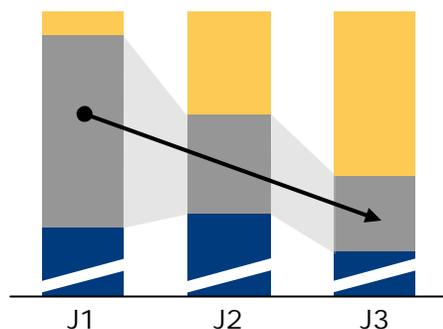
< 10.000  
Artikel mit  
BMPL

# BEWÄHRTES B2B-KONZEPT MIT FRÜHER TRAKTION IN RUSSLAND

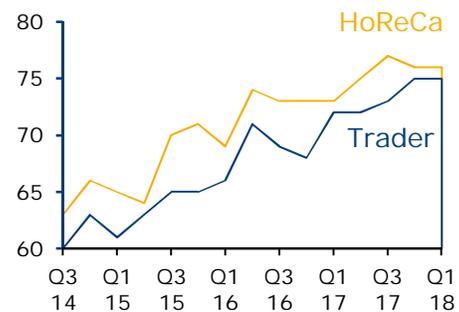
## Bewährte Strategie in Rumänien /der Ukraine

- Ersetzt Promo / kundenindividuelle Preisgestaltung (CIP)
- Nachhaltig bessere Preiswahrnehmung
- Beginnt 4-5 Monate nach vollständigem Artikel-Roll-out zu greifen
- Umsatzwachstum mit begrenzter Margeninvestition
  - Rumänien: ~+20 % Umsatz, -120 Basispunkte bei der Marge
  - Ukraine: ~+10 % Umsatz, -100 Basispunkte bei der Marge

BMPL % des Umsatzes (Rumänien)



Preiswahrnehmung (Rumänien)



■ BMPL 
 ■ Promo/CIP 
 ■ Regulärer Verkauf

## Anwendung auf Russland

### Frühe Traktion

- Nach 4-5-monatiger Ramp-up-Phase zeigen Pilotmärkte bereits 3–7 Prozentpunkte höheren Umsatz in Pilotmärkten im Vergleich zum regionalen Benchmark

### Status des Roll-outs

- 50 % der geplanten Artikel sind bereits implementiert
- Vollständiger Roll-out bis Ende Juli geplant
- Lieferantenunterstützung für ~3.800 Artikel erfolgreich verhandelt

# METRO RUSSLAND: BESCHLEUNIGTE TRANSFORMATION HIN ZU B2B

	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Flächenber. Wachstum	-3,5 %	-8,6 %
Umsatz	0,8 Mrd. €	0,6 Mrd. €
EBITDA <sup>2</sup>	70 Mio. €	35 Mio. € (-11 Mio. € Wechselkurs- effekte)
EBITDA- Marge	8,9 %	5,6 %



Netzwerk

91 Märkte /  
3 Depots

Employee Engagement Index  
(EEI): 85 (Vorjahr: 80)  
Net Promoter Score (NPS):  
vollständig abgeschlossen  
Aktivierung

Mehr Potenzial ausschöpfen in einem 76-Mrd.-€-Trader-Markt und einem 15-Mrd.-€-HoReCa-Markt<sup>1</sup>

## METRO EXPO

- > 21.000 Besucher;  
Anstieg im Vergleich zum Vorjahr
- > 350 Lieferanten und  
Produzenten
- +25 % Bestellungen im  
Vorjahresvergleich



## Fasol (Franchise)



- 600 Fasol-Verträge unterzeichnet
- 300 Anträge bei der Expo

<sup>1</sup>Sell-out-Wert; Quelle: Intern, Marktdaten: METRO im Euromonitor Passport Retailing sowie Sell-out-Werte 2017 für Consumer Foodservice

<sup>2</sup>Ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen

# 02 FINANZKENNZAHLEN

# UMSATZ I N Q2

%	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Flächenbereinigtes Wachstum	-1,1 %	2,0 %
METRO Wholesale	0,1 %	1,6 %
Real	-5,4 %	3,9 %
Berichtetes Wachstum	2,4 %	-0,8 %
METRO Wholesale	5,4 %	-1,8 %
Real	-7,8 %	3,5 %
Anteil am Umsatz der entsprechenden Vertriebslinie		
Belieferung: METRO Wholesale	16 %	19 %
<i>ohne Pro à Pro</i>	14 %	16 %
Online: Real	1 %	2 %

## Flächenbereinigtes Wachstum

- Solides flächenbereinigtes Wachstum von 2,0 % in Q2 dank früherem Osterfest in diesem Jahr und trotz ungünstiger Wetterlage in Westeuropa
- Wholesale: Starkes Wachstum in Osteuropa, Asien und Deutschland

## Berichtetes Wachstum

- Wholesale: Auswirkungen negativer Währungseffekte insbesondere in Russland, der Türkei und China

## Multichannel-Umsatzanteil

- Belieferungsgeschäft bei METRO Wholesale weiter mit zweistelligem Wachstum; Konsolidierung von Pro à Pro im Februar 2017
- Onlinegeschäft bei Real mit 28 % Wachstum auf Anteil von 2 % des Umsatzes

## Prognose für das Geschäftsjahr

- Ostern hat die Umsatzentwicklung in Q2 unterstützt, was in H1 zu flächenbereinigtem Wachstum von 1,3 % und berichtetem Wachstum (in lokaler Währung) von 1,7 % geführt hat
- Angepasste Prognose für das Geschäftsjahr liegt bei  $\geq 0,5$  % in lokaler Währung

# EBITDA IN Q2

Mio. €	Q2 2016/17	Q2 2017/18
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	177	153
davon METRO Wholesale	155	124
<i>davon Währungseffekte</i>		-16
davon Real	33	36
davon Sonstige	-10	-6
Marge des EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	2,1 %	1,8 %
METRO Wholesale	2,3 %	1,8 %
Real	2,0 %	2,1 %
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	75	8
METRO Wholesale	80	4
Real	6	0
Sonstige	-6	4
EBITDA gesamt	251	161

## EBITDA und EBITDA-Marge

- EBITDA von Wholesale bleibt vor allem aufgrund negativer Währungseffekte von 16 Mio. € und negativer Entwicklung in Russland hinter Vorjahr zurück
- Real profitierte von früherem Osterfest

## Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen

- Erträge durch 3 kleinere Verkäufe von Überschussimmobilien und durch den letzten Teil der Chengdu-Transaktion aus dem Vorjahr

## Prognose für das Geschäftsjahr

- EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen wuchs in H1 um 6 % (bei konstanter Währung)

# VOM UMSATZ ZUM EBITDA IN Q2

(1/4)

## METRO Wholesale Deutschland

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Umsatz	1.039	1.064
Flächenber. Wachstum	-5,5 %	3,1 %
Berichtetes Wachstum	-2,7 %	2,4 %
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	-15	-12
EBITDA-Marge	-1,4 %	-1,1 %
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	-1	0
EBITDA gesamt	-15	-12

- Mit dem Rückenwind von Ostern haben sich Belieferungs- wie auch In-Store-Geschäft solide entwickelt
- Weiterhin steigende Zahl von HoReCa-Stammkunden führt zu höherem durchschnittlichem Einkaufswert und unterstützt die EBITDA-Marge
- Leicht höhere EBITDA-Marge durch höheren Einkaufswert

## METRO Wholesale Westeuropa

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Umsatz	2.298	2.339
Flächenber. Wachstum	-0,2 %	-0,2 %
Berichtetes Wachstum	4,9 %	1,8 %
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	6	24
EBITDA-Marge	0,3 %	1,0 %
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	0	0
EBITDA gesamt	6	24

- Flächenbereinigtes Wachstum durch kalte Witterung und weiterhin herausfordernde operative Performance in den Niederlanden negativ beeinflusst
- Verbesserung beim EBITDA auch getrieben durch positive Entwicklung in Frankreich. Teilweise ein Ergebnis der Neuaufstellung beim Non-food-Sortiment im Vorjahr und eines Einmalertrags

# VOM UMSATZ ZUM EBITDA IN Q2

(2/4)

## METRO Wholesale Russland

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Umsatz	790	624
Flächenber. Wachstum	-3,5 %	-8,6 %
Berichtetes Wachstum	34,2 %	-21,0 %
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	70	35
Wechselkurseffekte		-11
EBITDA-Marge	8,9 %	5,6 %
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	0	0
EBITDA gesamt	70	35

- Flächenbereinigtes Wachstum wie im Vorquartal negativ. Berichtetes Wachstum durch negative Wechselkurseffekte beeinflusst
- EBITDA-Marge gesunken als Ergebnis des werbegetriebenen Marktes
- Gesamt-EBITDA ebenfalls durch negative Wechselkurseffekte beeinträchtigt

## METRO Wholesale Osteuropa

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Umsatz	1.475	1.513
Flächenber. Wachstum	5,1 %	5,7 %
Berichtetes Wachstum	1,5 %	2,6 %
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	54	44
Wechselkurseffekte		-1
EBITDA-Marge	3,7 %	2,9 %
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	0	1
EBITDA gesamt	54	45

- Starkes flächenbereinigtes Wachstum vom Großteil der Länder getragen, vor allem in Rumänien mit Trader-Kunden und in der Türkei mit HoReCa-Kunden. Ähnlich wie bei Russland gewisse negative Wechselkursschwankungen
- Rückgang der EBITDA-Marge getrieben durch branchenweite Gehaltsindexierungen
- Gesamt-EBITDA ebenfalls durch negative Wechselkurseffekte beeinträchtigt

# VOM UMSATZ ZUM EBITDA IN Q2

(3/4)

## METRO Wholesale Asien

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Umsatz	1.235	1.190
Flächenber. Wachstum	2,1 %	4,3 %
Berichtetes Wachstum	4,5 %	-3,6 %
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilien-transaktionen	48	48
Wechselkurseffekte		-4
EBITDA-Marge	3,9 %	4,0 %
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	81	3
EBITDA gesamt	129	51

- Positives flächenbereinigtes Wachstum über alle Länder hinweg; berichtetes Wachstum durch negative Währungseffekte beeinträchtigt
- EBITDA-Marge in etwa stabil, im Vorjahr eine große Immobilientransaktion enthalten
- Gesamt-EBITDA ebenfalls durch negative Wechselkurseffekte beeinträchtigt

# VOM UMSATZ ZUM EBITDA IN Q2

(4/4)

## Real

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Umsatz	1.660	1.718
Flächenber. Wachstum	-5,4 %	3,9 %
Berichtetes Wachstum	-7,8 %	3,5 %
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilien-transaktionen	33	36
EBITDA-Marge	2,0 %	2,1 %
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	6	0
EBITDA gesamt	38	36

- Spürbares flächenbereinigtes Wachstum ebenfalls durch Ostern unterstützt; das 4. Quartal in Folge stabil/positiv
- Verbesserung der Marge getrieben durch Ostern und konsequent verbesserte Produktivität

## Sonstige

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Umsatz	2	1
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilien-transaktionen	-10	-6
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen	-6	4
EBITDA gesamt	-16	-3

- EBITDA leicht verbessert gegenüber spaltungsbedingten Sonderfaktoren im Vorjahr

# VOM EBITDA ZUM ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) IN Q2

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
EBITDA	251	161
Abschreibungen	-173	-179
EBIT	78	-18
<i>Zins- und Beteiligungsergebnis</i>	-45	-41
<i>Übriges Finanzergebnis</i>	24	-1
Finanzergebnis	-21	-42
EBT	57	-60
Steuerquote (6M)	58 %	44 %
Nettoertrag	51	-51
Ergebnis je Aktie in €	0,11 <sup>1</sup>	-0,14

## EBITDA

- Rückgang primär getrieben durch 75 Mio. € Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen im Vorjahr

## Finanzergebnis

- Übriges Finanzergebnis trotz hoher Wechselkursschwankungen stabil; Vorjahr profitierte von einem währungsbedingten Einmalertrag

## Steuern

- Leichte Erhöhung der Steuerquote gegenüber Q1 2017/18 durch angepasste Prognose für das Geschäftsjahr
- Verbesserung gegenüber dem Vorjahr als Ergebnis der Spaltungs- und Restrukturierungskosten im Vorjahr

## Ergebnis je Aktie

- Rückgang beim Ergebnis je Aktie hauptsächlich aufgrund des niedrigeren EBITDA. EPS in H1 bei 0,50€ und damit 0,05€ über Vorjahr

<sup>1</sup>Pro forma

# FREE CASH FLOW IN Q2

Mio. € / %	Q2 2016/17	Q2 2017/18
EBITDA	251	161
Veränderung des Nettobetriebsvermögens	-721	-727
Investitionen <sup>1</sup>	-104	-143
METRO Wholesale	-63	-84
Real	-14	-14
Sonstige/Konsolidierung	-27	-45
Free Cash Flow	-573	-709
Nettoverschuldung (30. März)	3.901	3.961

## Veränderung des Nettobetriebsvermögens

- Entwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stabil

## Investitionen

- Wholesale: beeinflusst vor allem durch höhere Zahl von Markteröffnungen (aktuelles Jahr: 4; Vorjahr: 1)
- Sonstige: Erhöhung getrieben durch Investitionen in IT-Infrastruktur und Digitalbereich

## Free Cash Flow

- Rückgang durch niedrigeren EBITDA-Beitrag aufgrund geringerer Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen und leicht höherer Investitionen getrieben durch Markteröffnungen und Investitionen in Digitalbereich

## Nettoverschuldung

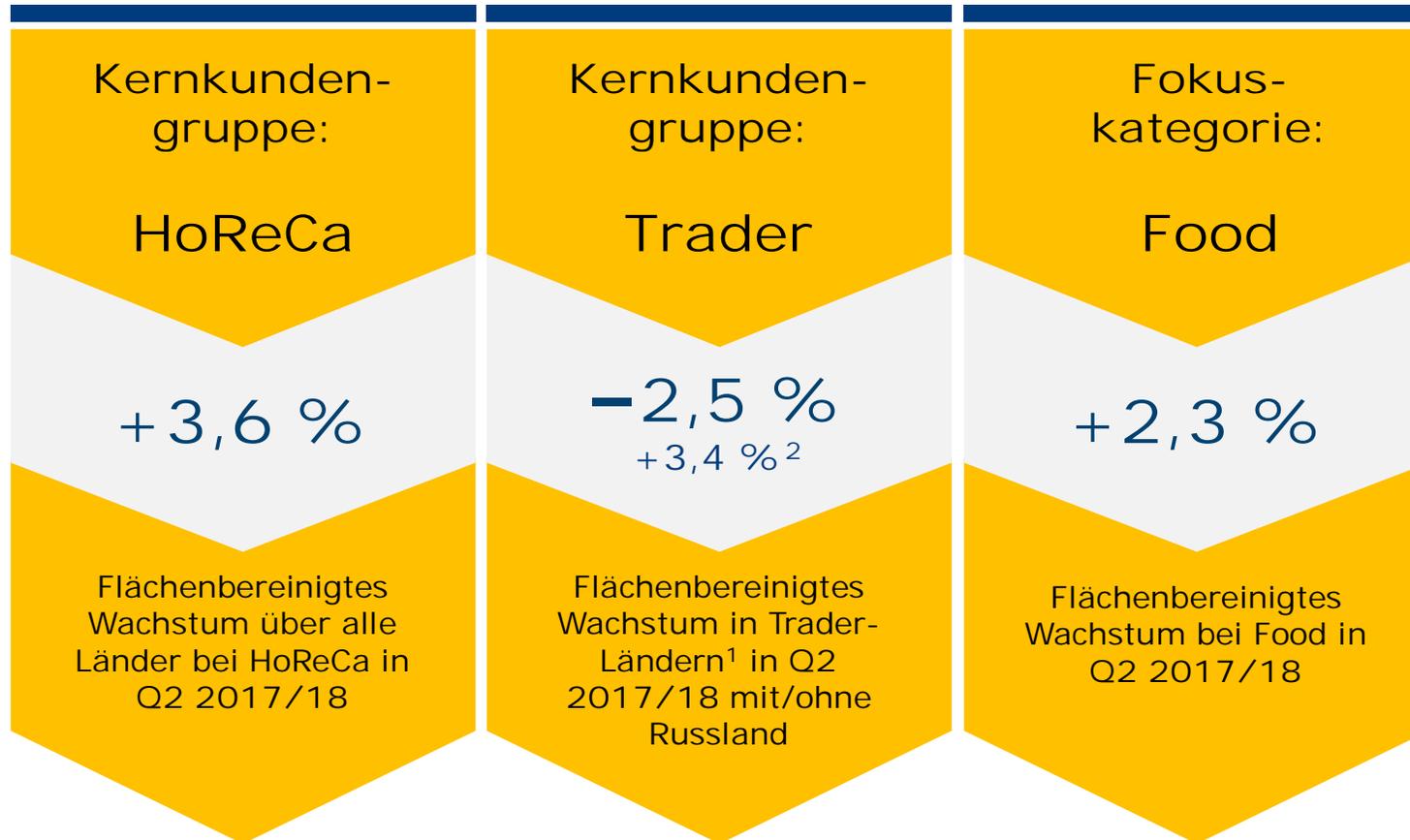
- Anstieg der Nettoverschuldung im Vergleich zum Vorjahr weitgehend getrieben durch gestiegene Auszahlungen für die Nutzung von Rückstellungen

<sup>1</sup>Capex ohne M & A und Finanzierungs-Leasingverhältnisse

03

# STRATEGISCHER KONTEXT

# METRO WHOLESAL: TRANSFORMATION HIN ZU EINEM FOKUSSIERTEM B2B-MODELL



<sup>1</sup>Trader-Länder: Bulgarien, Indien, Pakistan, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechische Republik

<sup>2</sup>Ohne Russland

# METRO DEUTSCHLAND: FÜHRENDER MARKTPLATZ FÜR DIE GASTRONOMIE WERDEN

	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Flächenber. Wachstum	-5,5 %	3,1 %
Umsatz	1,0 Mrd. €	1,1 Mrd. €
EBITDA <sup>2</sup>	-15 Mio. €	-12 Mio. €
EBITDA-Marge	-1,4 %	-1,1 %



Netzwerk  
104 Märkte/  
7 Depots<sup>1</sup>

Employee Engagement Index (EEI): 55 (Vorjahr: 50)  
Net Promoter Score (NPS):  
Roll-out läuft  
Aktivierung

## Entwicklung eines Zukunftskonzepts



2017 Umgestaltung von 5 Märkten mit laufenden agilen Anpassungen

Umsatzsteigerungen von 3–4 %

HoReCa-Umsatzsteigerung von 6 % getrieben durch Besucherzahlen und durchschnittlichen Einkaufswert

Weiterer Roll-out über Portfolio hinweg; Relaunch in Düsseldorf im Juni

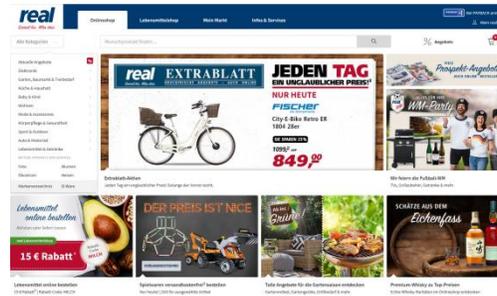


<sup>1</sup>METRO Wholesale Depots, ohne Rungis Express

<sup>2</sup>Ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen

# REAL: DEUTSCHLANDS FÜHRENDER "FOOD LOVER" - EINZELHÄNDLER

	Q2 2016/17	Q2 2017/18
Flächenber. Wachstum	-5,4 %	3,9 %
Umsatz	1,66 Mrd. €	1,72 Mrd. €
EBITDA	33 Mio. €	36 Mio. €
EBITDA- Marge	2,0 %	2,1 %



Netzwerk  
281 Märkte  
65 Standorte im  
Eigentum

## TRANSFORMATION

- Größtes Angebot auf landesweiter Ebene
- Neues Geschäftsmodell mit höherem Service-Level und Gastronomie bedient eine wachsende Nachfrage
- Sehr schnell wachsender Online-Marktplatz
- Signifikanter Immobilienbestand mit Entwicklungspotenzial

## FINANZIELLE VERBESSERUNG

- Anhaltende Restrukturierungen in den letzten Jahren
- Etablierte Partnerschaft (RTG) mit 6 deutschen Einzelhändlern, die auf Synergien entlang der Wertschöpfungskette fokussiert
- Intensive Arbeit an Wettbewerbsfähigkeit der Arbeitskosten

# REAL: KLARE ROADMAP FÜR DIE ZUKUNFT

real



## Geschäftsmodell P

Food Lover / Markthalle  
> 30 % mehr Marktbesuche  
+2 Märkte in Vorbereitung

### Modulare Einführung

+5 % Lebensmittelumsatz  
14 Märkte bereits umgebaut

- Höherer Raumanteil für Food
- Listung innovativer Produkte
- Neues Design für die Eigenmarken



## Omnichannel- Geschäft P

### Onlinemarktplatz

> 100 % Wachstum beim  
Bruttowarenwert, 2 % beim  
Gesamtumsatz

> 5.000 Händler  
~ 0,76 Mio. kaufende  
Kunden in Q2

> 11 Mio. Artikel

### Online-Lebensmittelkauf

10 Städte in Deutschland



## Wettbewerbsfähige Kosten (P)

### Update RTG

- Verbesserte Einkaufskonditionen
- Synergien:
- Einkauf Eigenmarken und Non-Food
- In Bearbeitung:
- gemeinsame Logistik, Beschaffung und Verwaltung

### Tarif

AHD<sup>1</sup>-Mitgliedschaft sichert  
wettbewerbsfähige Arbeitskosten

<sup>1</sup>AHD: Unternehmervereinigung für Arbeitsbedingungen im Handel und Dienstleistungsgewerbe

## 2016–2018: Verdi-Ansatz

### Sommer 2016

METRO und Verdi unterzeichnen einen temporären Tarifvertrag, in dem für einen Zeitraum von ca. 2 Jahren Folgendes festgeschrieben wird:

- Um 60 % gesenkte Nebenleistungen; fixierte Entgelte
- Beschäftigungs- und Standortgarantie, keine Unternehmensumstrukturierung
- Das Ziel, den Tarifvertrag neu zu verhandeln

### Mangelnde Fortschritte – Beendigung am 20. April

- Löst Nachzahlungen von bisherigen Einsparungen aus, d. h. deutlich höhere PEX in den kommenden 3 Jahren

## 2018: Lösung für die Zukunft

### Implementierung des zukünftigen Tarif-Setups

- Transfer des Real Geschäftsbetriebs in eine andere Gesellschaft (METRO SERVICES) via Spin-off
- Anwendung des bestehenden Tarifvertrags bei METRO SERVICES - sofortige Wirkung für alle Neueinstellungen

### Finanzielle Auswirkungen

- Durchschnittliche jährliche Mitarbeiterfluktuation von 5–7 %
- Spürbare jährliche Einsparungen aus dem Tarif erwartet
- Initiierung zusätzlicher Maßnahmen zur Kosteneinsparung

Klarer Weg zu nachhaltig wettbewerbsfähigen Arbeitskosten – mit vorübergehenden Kosten (Nettoeffekt von ~40 Mio. € in 2017/18 und 2018/19, Break-even in 2019/20, danach Einsparungen)

# 04 ABSCHLIEßENDE BEMERKUNGEN

# FAZIT

- ☺ Angepasste Prognose bestätigt (Umsatzwachstum  $\geq 0,5$  %, flächenbereinigtes Umsatzwachstum  $> 0,5$  %, EBITDA leicht über Vorjahr)
- ☺ Mittelfristiges Ziel bestätigt
- ☺ Gestärktes Management im Einsatz
  - § Neuer Konzern-COO Philippe Palazzi und erhöhter Fokus auf Unternehmensentwicklung
  - § Gestärktes russisches Management
- ☺ Neuausgerichteter Plan zur Nutzung der Marktchancen in Russland mit ersten Anzeichen von Traktion
- ☺ Nachhaltige Performance beim Rest von METRO Wholesale: +3,6 % flächenbereinigtes Umsatzwachstum HoReCa, +3,4 % flächenbereinigtes Umsatzwachstum Trader<sup>1</sup>, +2,3 % flächenbereinigtes Umsatzwachstum Food
- ☺ Bewährte Formel für Real mit dem Roll-out des Food-Lover-Konzepts, dem Omnichannel-Geschäft und dem Weg zu wettbewerbsfähigen Entgelten
- ☺ Verstärkter Fokus auf Unternehmensentwicklung und Portfolioanalyse

<sup>1</sup>Ohne Russland

# FINANZKALENDER



## Finanzkalender

- 2. August 2018 – Quartalsmitteilung 9M/Q3 2017/18
- 13. Dezember 2018 – Geschäftsbericht 2017/18

# Q&A



Olaf Koch, CEO



Christian Baier, CFO

**METRO**