

Geschäftsbericht 2005

Konzernabschluss der METRO Group

Die METRO Group – treibende Kraft im internationalen Handel

Die METRO Group ist 1996 aus der Fusion bedeutender Handelsunternehmen hervorgegangen. Die Unternehmensgruppe setzt sich aus leistungsstarken, operativ eigenständig arbeitenden Einzelunternehmen und Gesellschaften zusammen. Zum Verbund gehören die Vertriebsmarke Metro Cash & Carry, internationale Marktführerin im Selbstbedienungsgroßhandel, der SB-Warenhausbetreiber Real und die Verbrauchermarktkette Extra, die europaweit im Elektrofachmarktgeschäft führenden Vertriebsmarken Media Markt und Saturn sowie Galeria Kaufhof, Systemführer im Warenhausgeschäft. So, wie der Verbund von der Stärke der Einzelunternehmen profitiert, so erhält jede Vertriebslinie Rückhalt und Stärke aus dem geschäftlichen Potenzial des Gesamtunternehmens. Außerdem partizipieren alle Mitglieder der METRO Group von bedeutenden Synergieeffekten, wie sie nur ein national und international erfolgreiches Großunternehmen bietet.

Unter dem Dach der METRO Group hat sich über die unterschiedlichen Geschäftsfelder hinweg in den vergangenen Jahren eine gemeinsame Unternehmenskultur mit identitätsstiftender Wertordnung entwickelt: Deren Grundpfeiler sind vertriebslinienübergreifend verbindliche Corporate Principles sowie übereinstimmende Unternehmensziele und Konzepte der Zielverwirklichung. Dazu gehören vor allem die gemeinsame Verpflichtung auf profitables Wachstum und das Streben nach Marktführerschaft im jeweiligen Marktsegment. Auch die internationale Ausrichtung der METRO Group und eine hohe Innovationsbereitschaft sind tragende Säulen des wirtschaftlichen Erfolgs. Die METRO Group verfügt damit über beste Voraussetzungen, um auch künftig im In- und Ausland wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

METRO Group im Überblick

METRO Group

METRO AG



Querschnittsgesellschaften

An der Spitze der METRO Group steht die METRO AG mit Sitz in Düsseldorf als strategische Management-Holding. Das operative Geschäft verantworten vier Vertriebslinien, die mit jeweils eigenen Vertriebskonzepten und teilweise mehreren Vertriebsmarken in ihrem Segment selbstständig am Markt tätig sind. Die Vertriebslinie Praktiker gehört seit ihrem Börsengang im November 2005 nicht mehr zum Konzernportfolio der METRO Group. Vertriebslinienübergreifende Dienstleistungen, zum Beispiel die Beschaffung, die Logistik, die Informatik und den Werbemittleinkauf, bündelt der Konzern in so genannten Querschnittsgesellschaften.

Schnellübersicht: METRO Group in Zahlen¹

	2005 Mio. €	2004 ² Mio. €	2003 Mio. €
Finanzkennzahlen			
Umsatz (netto)	55.722	53.475	53.595
EBITDA	2.938	2.844	2.615
EBIT	1.738	1.723	1.318
Ergebnis vor Steuern	1.358	1.260	817
Periodenergebnis ³	649	927	571
davon aus fortgeführten Aktivitäten	618	858	571
davon den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnender Gewinn ³	531	828	496
Investitionen	2.138	1.744	1.837
Bilanzsumme ³	28.767	28.352	26.580
Eigenkapital	5.313	4.849	4.349
Eigenkapitalquote	18,5 %	17,1 %	16,4 %
Eigenkapitalrendite nach Steuern ⁴	12,2 %	19,1 %	19,4 %
Ergebnis je Aktie ^{3,4,5}	1,63 €	2,53 €	2,35 €
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Aktivitäten vor Abschreibung latenter Steuerforderungen auf Verlustvorträge von Real Deutschland ⁵	2,47 €	2,32 €	–
Operative Daten			
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt (nach Köpfen)	246.875	231.841	242.010
Anzahl Standorte	2.171	2.110	2.370
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	10.518	9.941	11.436

¹In 2005 und 2004 nur fortgeführte Aktivitäten

²Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

³Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

⁴In 2003 vor planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte

⁵Nach Anteilen der Minderheitengeschafter

Entwicklung des Konzern-EBIT und des EBIT der Vertriebslinien aus fortgeführten Aktivitäten

	2005 Mio. €	2004 ¹ Mio. €	Veränderungen	
			Mio. €	%
Metro Cash & Carry	1.012,5	963,2	49,3	5,1
Real (einschl. Extra)	-11,7	135,5	-147,2	–
Media Markt und Saturn	509,8	451,9	57,9	12,8
Galeria Kaufhof	69,2	56,8	12,4	21,8
Sonstige	158,1	115,9	42,2	36,4
EBIT METRO Group	1.737,9	1.723,3	14,6	0,8
Finanzergebnis	-379,9	-463,2	83,3	18,0
Ergebnis vor Steuern	1.358,0	1.260,1	97,9	7,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-739,8	-402,5	-337,3	-83,8
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	618,2	857,6	-239,4	-27,9

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden, vgl. Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

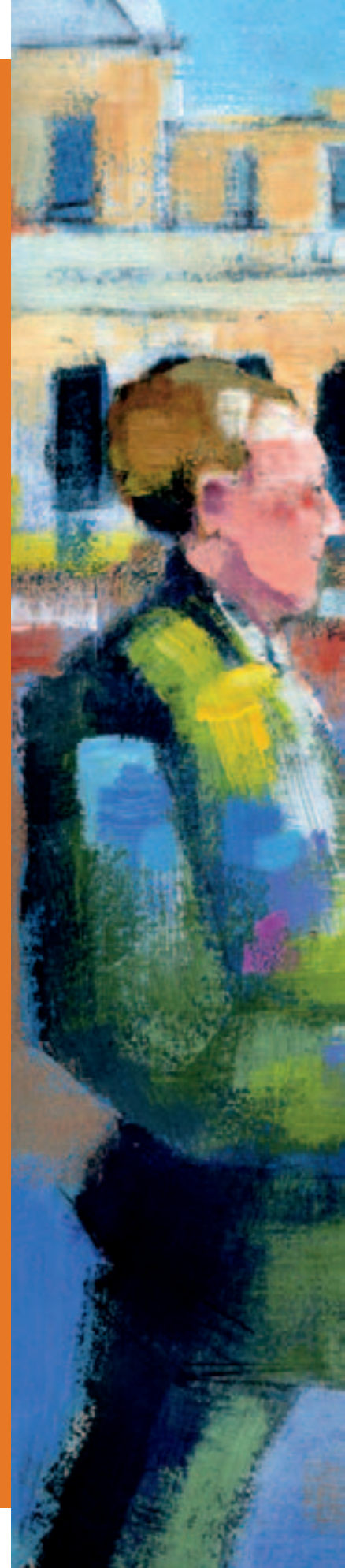
10 Jahre METRO Group – Meilensteine einer Erfolgsgeschichte im Handel



Meilensteine dieser zehnjährigen Unternehmensgeschichte spiegeln sich in den Illustrationen des vorliegenden Geschäftsberichts wider. Die Arbeiten greifen symbolhaft wichtige Stationen sowie strategische Weichenstellungen in den zurückliegenden zehn Jahren auf und illustrieren die Dynamik und den Facettenreichtum in der Entwicklung der METRO Group.

Start am Kapitalmarkt

25. Juli 1996: Die METRO AG geht an die Börse. Vorausgegangen ist ein zehnmonatiger, in der Öffentlichkeit mit Aufmerksamkeit verfolgter Fusionsprozess bedeutender Handelsunternehmen. Als börsennotierte Gesellschaft steht die METRO Group fortan für Kapitalmarktorientierung, eine klare strategische Ausrichtung und leistungsfähige Vertriebskonzepte. Der Handelskonzern richtet sich konsequent nach den internationalen Prinzipien im Umgang mit börsenrelevanten Informationen und legt Wert auf eine faire, transparente und engagierte Kommunikation mit Investoren und der Öffentlichkeit.





Wachstum in Westeuropa

Die METRO Group überschreitet frühzeitig die Grenzen ins europäische Ausland und baut ihre Marktpräsenz in Westeuropa zielstrebig aus. Insbesondere Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn treiben ihre Expansion in Westeuropa mit großer Dynamik voran. Die Vertriebsmarken erschließen innerhalb weniger Jahre alle bedeutenden Märkte und verdichten ihre Vertriebsnetze kontinuierlich mit hohem Tempo. Heute erzielt die METRO Group rund ein Drittel ihres Umsatzes in Westeuropa und gehört zu den führenden Unternehmen im europäischen Handel.





Aufbruch in die Wachstumsmärkte

Mit der gezielten Erschließung der Wachstumsmärkte in Asien und Osteuropa legt die METRO Group das Fundament für eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung in der Zukunft. Die vorausschauend geplante Expansion in diesen aufstrebenden Wirtschaftsregionen bietet dem Unternehmen die Chance, am steigenden Lebensstandard und an der zunehmenden Kaufkraft von Milliarden Verbrauchern zu partizipieren. In den vergangenen zehn Jahren ist die METRO Group jeweils als eines der ersten internationalen Handelsunternehmen in die relevanten Märkte eingetreten und hat sich dort führende Positionen erarbeitet. Das Engagement in den bedeutenden Wachstumsregionen der Welt wird auch in Zukunft wesentlich zum wirtschaftlichen Erfolg der METRO Group beitragen.





Bündelung der Kräfte

Die METRO Group hat die zentralen Funktionsbereiche im Handel wie Beschaffung, Logistik, Informationstechnologie und Werbemittleinkauf in den zurückliegenden zehn Jahren vertriebslinienübergreifend organisiert und in Querschnittsgesellschaften zusammengefasst. Dadurch werden erhebliche Synergien erzielt. Die Bündelung großer Beschaffungsvolumina führt zum Beispiel zu Kostenvorteilen im Einkauf und gewährleistet konzernweit hohe Standards in der Qualitätssicherung. Davon profitieren letztlich vor allem die Kunden. Im Bereich der Logistik sorgen die Koordination und die ganzheitliche Steuerung sämtlicher Warenströme innerhalb der METRO Group für einen deutlich geringeren Transportaufwand. Dies verbessert die Effizienz in der Prozesskette und steigert die Wettbewerbsfähigkeit.





Innovative Personalentwicklung sichert Wachstumskurs

Angesichts ihres dynamischen Wachstums und der fortlaufenden Internationalisierung gewinnt eine zielgerichtete Personalentwicklung für die METRO Group zunehmend an Bedeutung. Leistungsstarke, motivierte Mitarbeiter tragen in hohem Maße dazu bei, den nachhaltigen Erfolg und die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu sichern. Die METRO Group fördert die Entwicklung der Führungskräfte und Mitarbeiter auf allen Ebenen und bietet attraktive Karrieremöglichkeiten im In- und Ausland. Seit 1997 hat das Unternehmen konsequent internationale Entwicklungsprogramme für das Management etabliert und kann seither auf eine wachsende Zahl junger, auslandserfahrener Führungskräfte zurückgreifen. Durch öffentlichkeitswirksame Informationsveranstaltungen wie beispielsweise „Meeting Metro“ hat die METRO Group zudem ihr Image als attraktiver Arbeitgeber kontinuierlich unterstrichen.





Revolution in der Einkaufswelt

Die METRO Group gestaltet den seit einigen Jahren zu beobachtenden, tief greifenden technischen Innovationsprozess im Handel maßgeblich mit. Im Rahmen der METRO Group Future Store Initiative treibt das Unternehmen zusammen mit leistungsstarken Partnern aus anderen Wirtschaftszweigen die Entwicklung und den praktischen Einsatz neuer Technologien in der Branche voran. Deren Ziel ist es, die Geschäftsprozesse entlang der Wertschöpfungskette effizienter zu gestalten und den Einkaufskomfort für die Kunden noch weiter zu steigern. Ein erstes wichtiges Projekt der Initiative war die Eröffnung des Future Stores in Rheinberg im Jahr 2003. In diesem Testlabor wurden weltweit erstmals alle bis dahin bekannten modernen Technologien in der Handelswelt zu einem komplexen Ganzen verbunden und im Geschäftsalltag erprobt. Aktuell steht vor allem die Radiofrequenz-Technik (RFID) im Fokus der allgemeinen Aufmerksamkeit. Diese Technologie ermöglicht eine berührungslose Übertragung von Produktdaten und wird in den kommenden Jahren voraussichtlich zu grundlegenden Veränderungen im Handel und nicht minder in der vorgelagerten Produktion führen. Auch bei der Entwicklung dieser Technologie gehört die METRO Group mit zu den Vorreitern. Einkaufen wird unter Einsatz der RFID-Technik in Zukunft für den Kunden noch attraktiver, individueller und komfortabler werden. Gleichzeitig wird sie vor allem in den Bereichen Warenbevorratung und Logistik die Effizienz steigern und die Kosten verringern helfen.





METRO Group – ein starkes Handelsunternehmen mit positivem Markenimage

Die Entwicklung der METRO Group zu einem leistungsfähigen, kapitalmarktorientierten und transparenten internationalen Handelsunternehmen, das sich außerdem zu seiner gesellschaftlichen Verantwortung bekennt, hat gleichzeitig auch die Wahrnehmung der Unternehmensgruppe im wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Umfeld, vor allem aber in den Medien, positiv beeinflusst. Diese positive öffentliche Grundstimmung und das unverwechselbare Markenimage des Unternehmens werden durch gezielte Kampagnen und Engagements weiter vertieft. Nur beispielhaft dafür stehen neben umfangreichen Sponsoringaktivitäten der METRO Group und ihrer Vertriebslinien im sportlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Bereich eine im Frühjahr 2003 begonnene, langfristig angelegte Anzeigenkampagne in den Printmedien sowie die auf großes Publikumsinteresse gestoßene Ausstellung „Faszination Handelswelten“ im Sommer 2004 in Düsseldorf.



METRO Group





Brief an die Aktionäre	2
Bericht des Aufsichtsrats	7
Metro-Aktie	15
Konzernlagebericht	21
Geschäft und Rahmenbedingungen	21
Konzernstruktur	21
Gesamtwirtschaftliches Umfeld	22
Branchenentwicklung	26
EVA – Konzernsteuerung	29
Geschäftsverlauf	31
Advanced Retailing	32
Ertragslage	34
Konzernumsatz	34
Standortportfolio	39
EBIT	40
Konzerngewinn und Ergebnis je Aktie	41
Bilanzgewinn der METRO AG und Gewinnverwendung	42
Wertschöpfungsrechnung	42
Entwicklung des EVA	44
Finanzlage	45
Finanzmanagement	45
Kapitalstruktur	47
Investitionen/Desinvestitionen	49
Konzern-Kapitalflussrechnung	50
Vermögenslage	51
Fazit zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	53
Mitarbeiter	54
Umweltmanagement	60
Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres (Nachtragsbericht)	61
Risikobericht	62
Prognosebericht	67
Konjunktur und Branchenentwicklung	67
Entwicklung der METRO Group	68
Metro-Vertriebsmarken	73
Metro Cash & Carry	74
Real und Extra	76
Media Markt und Saturn	77
Galeria Kaufhof	79
Konzernabschluss	83
Gewinn- und Verlustrechnung	83
Bilanz	84
Kapitalflussrechnung	86
Eigenkapitalentwicklung	87
Konzernanhang	88
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	172
Corporate Governance Bericht	175
Ergänzende Informationen	187

„Durch die Ausrichtung der METRO Group auf profitables Wachstum und Internationalisierung konnten wir unsere Stellung als eines der weltweit führenden Handelsunternehmen ausbauen.“

Dr. Hans-Joachim Körber



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

2005 war für die METRO Group ein sehr ereignisreiches Jahr. Vieles haben wir im vergangenen Jahr neu angestoßen, vieles haben wir erfolgreich weitergeführt, teilweise blieben unsere ehrgeizigen Erwartungen aber auch unerfüllt.

Zu den bedeutenderen Ereignissen im Jahresverlauf gehörte zweifellos der Börsengang von Praktiker nach einer erfolgreich abgeschlossenen Repositionierung dieses Unternehmens. Wir haben damit eine weitere Fokussierung unseres Unternehmensportfolios vorgenommen.

Unsere Unternehmensstrategie haben wir auch im Geschäftsjahr 2005 konsequent umgesetzt. Durch die Ausrichtung der METRO Group auf profitables Wachstum und Internationalisierung konnten wir unsere Stellung als eines der weltweit führenden Handelsunternehmen ausbauen. Seit dem Anfang des Jahres 2005 vollzogenen Markteintritt in Serbien sind wir in 30 Ländern an mehr als 2.100 Standorten vertreten. Im Jahresverlauf 2005 haben wir insgesamt 106 Märkte neu eröffnet. Im Fokus der Expansion standen dabei die Wachstumsmärkte im osteuropäischen Raum sowie in Asien. Der Auslandsanteil am Konzernumsatz erreichte 53,4 Prozent und hat damit auf Jahresbasis die 50-Prozent-Marke deutlich überschritten. Dadurch sind wir abermals ein Stück unabhängiger von den Entwicklungen einzelner Märkte geworden.

Grundlage unserer erfolgreichen Geschäftstätigkeit ist die Weiterentwicklung und Anpassung unserer Vertriebskonzepte an die sich ständig verändernden Kundenwünsche. Das gelingt uns durch intensive Kommunikation mit unseren Kunden. Unsere hohe Innovationsfähigkeit haben wir als einer der Vorreiter bei der Entwicklung und beim Einsatz neuer Technologien im Handel unterstrichen. Große Erwartungen verbinden wir vor allem mit der Radiofrequenz-Technik (RFID), die längerfristig das Erscheinungsbild und die Prozesse im Handel grundlegend verändern wird. Durch die Optimierung des Portfolios und die weitere Verbesserung der Unternehmensstrukturen sind wir für den sich verschärfenden Wettbewerb insgesamt gut gerüstet.

Auf dieser Basis konnte die METRO Group im Auslandsgeschäft den robusten Aufwärtstrend vergangener Jahre 2005 mit hoher Dynamik fortsetzen. Außerhalb Deutschlands hat unser Unternehmen sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis zugelegt. Besonders starke Zuwächse haben wir in Osteuropa erzielt. Die frühzeitige Expansion in diesen Wirtschaftsraum zahlt sich damit heute aus. Im Inlandsgeschäft konnten wir die ursprünglich gesteckten Ziele hingegen nur teilweise realisieren.

Der Konzernumsatz erreichte, bereinigt um Praktiker, insgesamt 55,7 Mrd. € nach 53,5 Mrd. € im Geschäftsjahr 2004. Dies entspricht einem Zuwachs um 4,2 Prozent. Das Ergebnis je Aktie stieg vor Sondereinflüssen um 6,5 Prozent auf 2,47 €. Der Vorstand der METRO AG schlägt der Hauptversammlung vor, eine Dividende auf Vorjahresniveau auszuzahlen.

Das Marktgeschehen war in Deutschland im abgelaufenen Geschäftsjahr von einem negativen gesamtwirtschaftlichen Umfeld, einem weiter verschärften Wettbewerb und vor allem anhaltender Konsumzurückhaltung und hoher Preissensibilität der Verbraucher geprägt. Arbeitsplatzunsicherheit, sozialpolitische Orientierungslosigkeit, daraus resultierende Zukunftsängste sowie hohe Energiepreise beeinflussten deren Einkaufsverhalten. Diese ungünstigen Rahmenbedingungen haben zu einer schwachen Geschäftsentwicklung des deutschen Einzelhandels in seiner Gesamtheit beigetragen und stellten auch für die METRO Group eine große Herausforderung dar. Deutlichen Handlungsbedarf sahen und sehen wir bei Real. Die schwerpunktmäßig auf den Inlandsmarkt fokussierte Vertriebslinie Real verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr einen deutlichen Rückgang beim Umsatz und beim Ergebnis. Ursächlich dafür waren neben den ungünstigen äußeren Bedingungen negative Sondereinflüsse. Wir schärfen gegenwärtig den Marktauftritt und das Profil von Real mit einem weiter verbesserten Vertriebskonzept. Außerdem arbeiten wir mit Nachdruck daran, die Kostenstrukturen der Vertriebslinie nachhaltig zu verbessern und die Prozesse noch effizienter und kostensparender zu gestalten.

Positive Beiträge zur Entwicklung der METRO Group steuerten die stark international orientierten Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn bei. Sie gehören international zu den rentabelsten Handelsformaten. Metro Cash & Carry ist weltweit Marktführer im Selbstbedienungsgroßhandel, Media Markt und Saturn sind im Elektrofachmarktbereich europaweit unangefochtene Marktführer. Ihre internationale Präsenz bauten beide Vertriebslinien im Jahr 2005 mit hoher Dynamik aus. Metro Cash & Carry eröffnete insgesamt 43 neue Großhandelsmärkte, darunter die ersten Märkte in Serbien. Das ist die höchste Zahl von Neueröffnungen binnen eines Jahres in der Unternehmensgeschichte von Metro Cash & Carry. Media Markt und Saturn eröffneten insgesamt 56 neue Elektrofachmärkte – unter anderem den ersten Media Markt in Griechenland – und gewannen als Markt- und Preisführer in Europa Marktanteile hinzu. Der Anteil von Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn am Konzernumsatz stieg von 72,3 Prozent im Jahr 2004 auf 74,3 Prozent im Jahr 2005. Beide Vertriebslinien unterstrichen damit ihre

Bedeutung als Wachstumstreiber des Konzerns. Sie bilden die tragenden Säulen unseres leistungsstarken Unternehmens.

In das Geschäftsjahr 2006, das zehnte Jahr seit Gründung der METRO Group, blicken wir mit Zuversicht. Wir vertrauen auf unsere Stärken im internationalen Wettbewerb, auf unsere ausgeprägte Leistungsfähigkeit und auf unsere hohe Innovationskraft. Vor allem aber setzen wir auf die in den letzten zehn Jahren bereits bewiesene Wandlungsfähigkeit unseres Unternehmens, das sich ursprünglich aus 14 Vertriebslinien zusammensetzte und aus dem sich im Laufe der Zeit vier starke Vertriebslinien herausgebildet haben. Wir konzentrieren uns im laufenden Jahr schwerpunktmäßig auf die Weiterentwicklung unserer Vertriebskonzepte zu unverwechselbaren Retail Brands, die weitere Verbesserung der Kostenstrukturen und die fortgesetzte Internationalisierung des Standortportfolios. Gleichzeitig sind wir entschlossen, weitere Optimierungspotenziale bei einzelnen Vertriebslinien auszuschöpfen, die Marktposition der METRO Group im In- und Ausland auszubauen und unsere Marktpräsenz insbesondere im Ausland noch weiter zu steigern. Der Schwerpunkt der internationalen Expansion wird, wie schon in den vergangenen Jahren, bei Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn liegen, wobei Media Markt den Markteintritt im laufenden Geschäftsjahr in Schweden sowie Ende 2006 oder Anfang 2007 in Russland plant. Metro Cash & Carry plant für 2007 den Markteintritt in Pakistan. Real beabsichtigt in 2006, nach ersten positiven Erfahrungen auf dem russischen Markt, die selektive internationale Expansion mit dem Markteintritt in Rumänien fortzusetzen.

Mit verhaltenem Optimismus sehen wir der Entwicklung des Inlandsgeschäfts entgegen. Wir verkennen nicht die Chance, dass die Zuversicht und das Vertrauen der Bürger auf den wirtschaftlichen Aufschwung in Deutschland unter der neuen Regierung wieder wachsen werden. Das sollte auch dem Konsum Auftrieb geben und die Lage des Handels verbessern helfen. Außerdem erwarten wir von der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland Impulse für den Umsatz im Handel insgesamt und damit auch für unser Unternehmen.

Sehr geehrte Damen und Herren, damit wir im Jahr 2006 unternehmerisch erfolgreich sein können, bedürfen wir Ihres Vertrauens als Aktionäre und des tatkräftigen Einsatzes aller Mitarbeiter der METRO Group. Im Geschäftsjahr 2005 konnte sich der Vorstand des Unternehmens auf die Unterstützung der Aktionäre und Mitarbeiter stützen. Dafür sagen wir unseren Dank. Wir hoffen, dass wir auch im laufenden Geschäftsjahr diesen Rückhalt bei der Weiterentwicklung des Unternehmens erfahren werden.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Hans-Joachim Körber
Vorsitzender des Vorstands

Brief an die Aktionäre

Bericht des Aufsichtsrats

Metro-Aktie

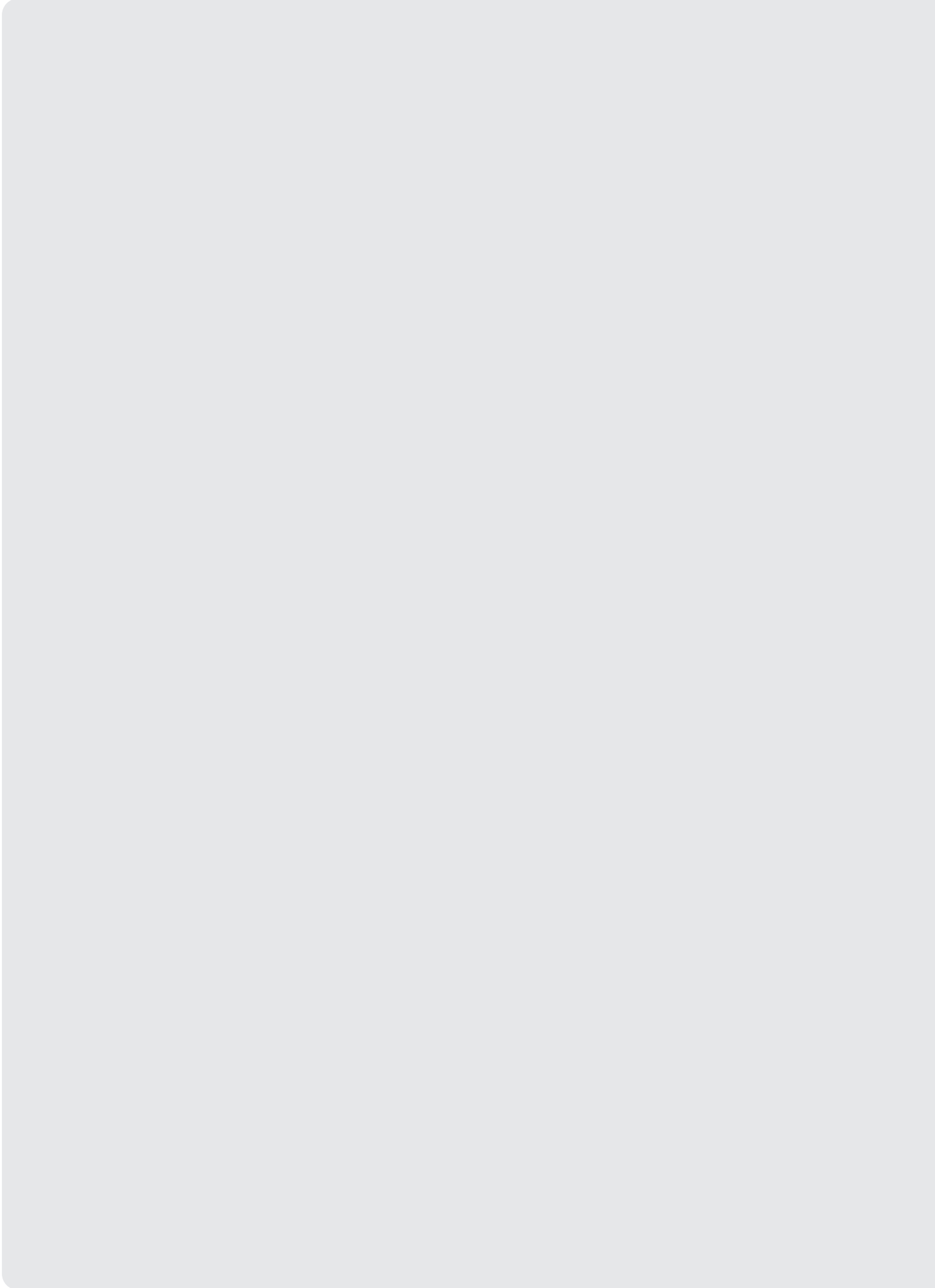
Konzernlagebericht

Metro-Vertriebsmarken

Konzernabschluss

Corporate Governance Bericht

Ergänzende Informationen



Bericht des Aufsichtsrats

Überwachung der Geschäftsführung und Zusammenarbeit mit dem Vorstand

Der Aufsichtsrat der METRO AG nahm im Berichtszeitraum die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Beratungs- und Kontrollaufgaben wahr. Er hat den Vorstand bei der Leitung der METRO AG und des Konzerns (zusammen im Folgenden auch „METRO Group“) im Geschäftsjahr 2005 regelmäßig beraten und hat die Geschäftsführung der Gesellschaft kontinuierlich überwacht. Der Aufsichtsrat war in sämtliche Entscheidungen eingebunden, die für die METRO AG oder den Konzern von maßgeblicher Bedeutung waren.

Die Tätigkeit des Aufsichtsrats war insbesondere auf die mündlichen und schriftlichen Berichte gestützt, die der Vorstand innerhalb und außerhalb von Sitzungen des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse erstattet hat. Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat umfassend und zeitnah über alle wesentlichen Entwicklungen der METRO Group. Die Berichterstattung umfasste insbesondere die beabsichtigte Geschäftspolitik sowie grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung und der strategischen Weiterentwicklung, die internationale Expansion, maßgebliche Investitions- und Desinvestitionsentscheidungen, die Rentabilität, die laufende Geschäftsentwicklung einschließlich der Lage der METRO Group, das Risikomanagement und Geschäfte von erheblicher Bedeutung für die Rentabilität und Liquidität der METRO Group. Die Berichte wurden regelmäßig und unter Beachtung der Erfordernisse des § 90 Abs. 2 AktG erstattet. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen wurden vom Vorstand unter Angabe von Gründen jeweils erläutert. Sämtliche Angelegenheiten, die dem Aufsichtsrat vom Vorstand entsprechend der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats und der Geschäftsordnung des Vorstands als zustimmungspflichtige Geschäfte vorgelegt wurden, wurden vom Aufsichtsrat beschlossen. Die wesentlichen zustimmungspflichtigen Angelegenheiten waren der Börsengang der Vertriebslinie Praktiker, die Veräußerung von Anteilen an der Loyalty Partner GmbH und von Immobilien sowie die Verabschiedung des Jahresbudgets für das Geschäftsjahr 2006. Soweit der Vorstand in diesen oder anderen Fällen eine Beschlussfassung durch den Aufsichtsrat beantragt hat, lagen dem Aufsichtsrat regelmäßig schriftliche Unterlagen zur Vorbereitung der Beschlussfassung vor. Vom Einsichts- und Prüfungsrecht nach § 111 Abs. 2 S. 1 und 2 AktG wurde nicht Gebrauch gemacht, da keine klärungsbedürftigen Sachverhalte vorlagen.

Im Berichtszeitraum stand der Aufsichtsratsvorsitzende fortwährend in engem Kontakt mit dem Vorsitzenden des Vorstands. Über bedeutende Geschäftsvorfälle und anstehende Entscheidungen wurde der Aufsichtsratsvorsitzende in regelmäßigen Einzelgesprächen mit dem Vorstandsvorsitzenden informiert. In einzelnen Fällen hat sich der Aufsichtsrat darüber hinaus direkt von Führungskräften des Konzerns berichten lassen.

Der Aufsichtsrat hat alle ihm unterbreiteten Berichte und Unterlagen im gebotenen Maße erörtert und geprüft. Weitere Einzelheiten werden nachstehend näher beschrieben. Beanstandungen der Vorstandstätigkeit haben sich nicht ergeben.

Sitzungen und Beschlussfassungen des Aufsichtsrats

Im Geschäftsjahr 2005 fanden insgesamt vier Sitzungen des Aufsichtsrats statt. Kein Mitglied des Aufsichtsrats war in weniger als der Hälfte der Sitzungen anwesend. Ferner fasste der Aufsichtsrat einen Beschluss in einem schriftlichen Verfahren.

In jeder Sitzung befasste sich der Aufsichtsrat eingehend mit der laufenden Geschäftsentwicklung der METRO Group. Ferner berichtete der Aufsichtsratsvorsitzende über den wesentlichen Inhalt vorausgegangener Ausschusssitzungen.

Schwerpunkt der Aufsichtsratssitzung im März 2005 bildeten der Jahresabschluss der METRO AG und der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2004, der Lagebericht der METRO AG 2004 sowie der Konzernlagebericht 2004, der Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2005 für die Verwendung des Bilanzgewinns sowie der Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2004. Der Abschlussprüfer nahm an dieser Sitzung teil und berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Weitere Schwerpunkte der Sitzung waren die Vorbereitung der Hauptversammlung 2005 und die Weiterentwicklung des Corporate Governance Codes der METRO AG.

Wesentlicher Inhalt der Sitzung im Mai 2005 war der geplante Markteintritt der Vertriebslinie Metro Cash & Carry in Pakistan.

Im Wege des schriftlichen Verfahrens stimmte der Aufsichtsrat im September 2005 der Veräußerung von Anteilen der METRO AG an der Loyalty Partner GmbH zu.

In seiner Sitzung im Oktober 2005 befasste sich der Aufsichtsrat vor allem intensiv mit den strategischen Optionen für die Vertriebslinie Praktiker und der Situation im Lebensmitteleinzelhandel. Nach ausführlicher Erörterung der verschiedenen strategischen Optionen stimmte der Aufsichtsrat dem vom Vorstand favorisierten Börsengang der Vertriebslinie Praktiker grundsätzlich zu. Des Weiteren beschloss der Aufsichtsrat, die KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin und Frankfurt am Main, (KPMG) sowie die Fasselt & Partner Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Duisburg, (Fasselt & Partner) mit der von ihnen gemeinsam vorzunehmenden Prüfung des Jahres- und des Konzernabschlusses 2005 zu beauftragen, und legte dabei die Prüfungsschwerpunkte sowie die Höhe der Honorare fest. Weitere hervorzuhebende Gegenstände der Tagesordnung bildeten Fragen der internationalen Expansion, die Veräußerung von Immobilien sowie das Risikomanagement.

In der Sitzung im Dezember 2005 verabschiedete der Aufsichtsrat nach Erörterung das vom Vorstand vorgelegte Jahresbudget des Konzerns für das Geschäftsjahr 2006, das die Ergebnis-, Umsatz-, Investitions-, Standort-, Personal- und Finanzplanung umfasst. Dabei wurden auch die strategischen Ziele für das Geschäftsjahr 2006 erörtert. Ferner befasste sich der Aufsichtsrat mit dem zwischenzeitlich erfolgten Börsengang der Vertriebslinie Praktiker sowie den Strukturen des internationalen Einkaufs. Schließlich

führte der Aufsichtsrat seine jährliche Effizienzprüfung durch und verabschiedete die gemeinsame Entsprechenserklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG. Es wurde festgestellt, dass keine Interessenkonflikte in Person eines Aufsichtsratsmitglieds aufgetreten sind.

Sitzungen und Beschlussfassungen der Ausschüsse des Aufsichtsrats

Zur Steigerung seiner Effizienz hat der Aufsichtsrat der METRO AG vier Ausschüsse gebildet: das Aufsichtsratspräsidium, den Personal- und Nominierungsausschuss, den Bilanz- und Prüfungsausschuss und den nach § 27 Abs. 3 MitbestG eingerichteten Vermittlungsausschuss. Das Aufsichtsratspräsidium bereitet die Sitzungen des Aufsichtsrats vor, sofern dies der Vorsitzende des Präsidiums für erforderlich hält, und beschließt unter Beachtung von § 107 Abs. 3 S. 2 AktG über eilige Angelegenheiten und solche, die ihm der Aufsichtsrat durch gesonderten Beschluss zur Beschlussfassung übertragen hat. Kernzuständigkeit des Personal- und Nominierungsausschusses sind die Personalangelegenheiten des Vorstands. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss behandelt im Wesentlichen Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements.

Der Bilanz- und Prüfungsausschuss tagte im Berichtsjahr zweimal und jeweils gemeinsam mit dem Aufsichtsratspräsidium. Im März 2005 berieten die Ausschüsse im Wesentlichen und insoweit in Anwesenheit des Abschlussprüfers über den Jahresabschluss der METRO AG und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2004, den Lagebericht der METRO AG 2004 sowie den Konzernlagebericht 2004, den Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns sowie den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2004. Die Ausschüsse haben dem Aufsichtsrat empfohlen, die aufgestellten Abschlüsse zu billigen. In der Sitzung im August 2005 sprachen die Ausschüsse zur Umsetzung der Wahlentscheidung der ordentlichen Hauptversammlung 2005 gegenüber dem Aufsichtsrat die Empfehlung aus, KPMG sowie Fasselt & Partner mit der von ihnen gemeinsam vorzunehmenden Prüfung des Jahres- und des Konzernabschlusses 2005 zu beauftragen. Die Empfehlung berücksichtigte die nach Gesetz und Deutschem Corporate Governance Kodex an den Abschlussprüfer zu stellenden Anforderungen. Ferner empfahlen die Ausschüsse dem Aufsichtsrat die vom Aufsichtsrat schließlich festgelegten Schwerpunkte der Abschlussprüfung. Hervorzuhebende Tagesordnungspunkte waren weiter die Dividendenpolitik und das Risikomanagement.

Der Personal- und Nominierungsausschuss kam im Geschäftsjahr 2005 ebenfalls zu zwei gemeinsamen Sitzungen mit dem Aufsichtsratspräsidium zusammen, die im März und im August stattfanden. Die Erörterungen, Prüfungen und Beschlussfassungen betrafen vor allem die Vergütung und das Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands. Insbesondere wurde ein Beschluss über die Aktualisierung des Aktienprämienplans für die Mitglieder des Vorstands gefasst.

Das Aufsichtsratspräsidium tagte insgesamt viermal. Neben den jeweils zwei gemeinsamen Sitzungen mit dem Bilanz- und Prüfungsausschuss sowie dem Personal- und Nominierungsausschuss befasste sich das Aufsichtsratspräsidium im November 2005 im Wege einer telefonischen Erörterung und Beschlussfassung mit dem Börsengang der Vertriebslinie Praktiker.

Der Vermittlungsausschuss musste nicht einberufen werden.

Corporate Governance

Im Frühjahr 2005 haben Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG eine aktualisierte Fassung des Corporate Governance Codes der METRO AG veröffentlicht, in dem die Gesellschaft seit dem Jahr 2002 die von ihr angewendeten Prinzipien der Unternehmensführung und -kontrolle darlegt.

Über die Corporate Governance der METRO Group berichten Vorstand und Aufsichtsrat im Corporate Governance Bericht. Teil dieses Berichts ist die Erläuterung der Grundzüge des Vergütungssystems für die Mitglieder des Vorstands.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben im Dezember 2005 die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Internetseite www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich gemacht. Die Entsprechenserklärung ist im Corporate Governance Bericht vollständig wiedergegeben.

Die Abschlussprüfer haben vor der Aufsichtsratssitzung im März 2005 die von Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex geforderte Unabhängigkeitserklärung abgegeben. Die Anforderungen von Ziffer 7.2 des Deutschen Corporate Governance Kodex an das Auftragsverhältnis zwischen Gesellschaft und Abschlussprüfer sind erfüllt. Unter anderem wurde vereinbart, dass die Abschlussprüfer den Vorsitzenden des Aufsichtsrats über während der Prüfung auftretende Ausschluss- oder Befangenheitsgründe unverzüglich zu unterrichten haben. Die Abschlussprüfer haben dem Aufsichtsrat bis zum Abschluss der Prüfung keine Ausschluss- oder Befangenheitsgründe mitgeteilt; der Aufsichtsrat hatte auch im Übrigen keine Anhaltspunkte dafür, dass solche Ausschluss- und Befangenheitsgründe vorlagen.

Jahres- und Konzernabschluss 2005, Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2005

Der vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellte Jahresabschluss der METRO AG für das Geschäftsjahr 2005 unter Einbeziehung der Buchführung und der Lagebericht der METRO AG 2005 wurden von KPMG und Fasselt & Partner gemeinsam geprüft und mit einem gemeinsam erteilten uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Auch der von der METRO AG nach den International Financial Reporting

Standards (IFRS) aufgestellte Konzernabschluss 2005 und Konzernlagebericht 2005 wurden von KPMG und Fassel & Partner gemeinsam geprüft und mit einem gemeinsam erteilten uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Die Abschlussprüfer haben über das Ergebnis der Prüfung schriftlich berichtet.

Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss der METRO AG und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005, den Lagebericht der METRO AG und den Lagebericht des Konzerns für das Geschäftsjahr 2005 sowie den Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2006 für die Verwendung des Bilanzgewinns geprüft. Hierfür wurden diese Unterlagen sowie die Prüfungsberichte der Abschlussprüfer dem Aufsichtsrat rechtzeitig vorgelegt und in der Bilanzaufsichtsratssitzung im März 2006 eingehend erörtert und geprüft. Die Abschlussprüfer nahmen an dieser Sitzung teil, berichteten über die wesentlichen Ergebnisse ihrer Prüfung und standen dem Aufsichtsrat für Fragen und ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Der Aufsichtsrat hat sich dem Ergebnis der Prüfung der Abschlussprüfer, wonach kein Anlass zur Beanstandung gegeben ist, angeschlossen. Als abschließendes Ergebnis seiner eigenen Prüfung hat der Aufsichtsrat festgestellt, dass Einwendungen nicht zu erheben sind. Der Aufsichtsrat teilt insbesondere die im Lagebericht der METRO AG und die im Lagebericht des Konzerns enthaltene Beurteilung des Vorstands. Der Aufsichtsrat billigt die vom Vorstand aufgestellten Abschlüsse, womit der Jahresabschluss der METRO AG 2005 festgestellt ist. Dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns schließt sich der Aufsichtsrat an.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der METRO AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2005 erstellt. Die Abschlussprüfer haben diesen Bericht gemeinsam geprüft, über das Ergebnis der Prüfung schriftlich berichtet und gemeinsam folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtgemäßen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Dieser Bericht wurde dem Aufsichtsrat zusammen mit dem Prüfungsbericht der Abschlussprüfer vorgelegt und in der Bilanzaufsichtsratssitzung im März 2006 eingehend erörtert und geprüft. Die Abschlussprüfer nahmen an dieser Sitzung teil, berichteten über die wesentlichen Ergebnisse ihrer Prüfung und standen dem Aufsichtsrat für Fragen und ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Der Aufsichtsrat hat sich dem Ergebnis der Prüfung der Abschlussprüfer angeschlossen. Als abschließendes Ergebnis seiner eigenen Prüfung hat der Aufsichtsrat festgestellt, dass keine Einwendungen gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Berichts zu erheben sind.

Die vorstehend beschriebenen Prüfungen des Jahres- und Konzernabschlusses 2005, der Lageberichte 2005, des Gewinnverwendungsvorschlags sowie des Berichts des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2005 durch den Aufsichtsrat sind durch das Aufsichtsratspräsidium und den

Bilanz- und Prüfungsausschuss in einer gemeinsamen Sitzung im März 2006 vorbereitet worden. In dieser Sitzung haben die Ausschüsse den Jahres- und Konzernabschluss, die Lageberichte, die Prüfungsberichte der Abschlussprüfer, den Gewinnverwendungsvorschlag sowie den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und den dazugehörigen Prüfungsbericht in Anwesenheit der Abschlussprüfer eingehend geprüft und erörtert. Die Ausschüsse haben dem Aufsichtsrat empfohlen, die aufgestellten Abschlüsse zu billigen.

Personalia

Herr Prof. Dr. Theo Siegert hat sein Amt als Mitglied und als Aufsichtsratsvorsitzender mit Wirkung zum Ablauf des 4. Februar 2006 niedergelegt, womit er aus dem Aufsichtsrat der METRO AG ausgeschieden ist. Seine Amtsführung zeichnete sich durch außerordentliche Umsicht und Sachkenntnis, größtes Engagement und hohe Vermittlungskompetenz aus. Hierfür spricht der gesamte Aufsichtsrat seinen besonderen Dank aus.

In der Nachfolge von Herrn Prof. Dr. Theo Siegert wurde Herr Dr. Eckhard Cordes durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf mit Wirkung zum 5. Februar 2006 zum Mitglied des Aufsichtsrats bestellt. Der Aufsichtsrat wählte Herrn Dr. Eckhard Cordes in einer außerordentlichen Sitzung im Februar 2006 zu seinem neuen Vorsitzenden.

Am 1. Januar 2005 rückte Herr Rainer Kuschewski als gewähltes Ersatzmitglied für den am 31. Dezember 2004 ausgeschiedenen Herrn Dr. Karlheinz Marth in den Aufsichtsrat der METRO AG nach.

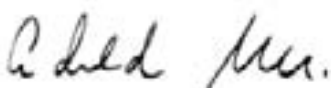
Herr Volker Claus hat sein Amt als Mitglied des Aufsichtsrats mit Ablauf des 31. August 2005 niedergelegt. An seine Stelle ist Herr Peter Küpfer durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf mit Wirkung zum 9. September 2005 in den Aufsichtsrat nachgerückt.

Infolge des Börsengangs der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG schied Frau Marliese Grewenig nach den Vorschriften des MitbestG am 24. November 2005 aus dem Aufsichtsrat aus. Als Nachfolger wurde Herr Peter Stieger durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf mit Wirkung zum 4. Januar 2006 zum Mitglied des Aufsichtsrats der METRO AG bestellt.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand, den Führungskräften sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und den Arbeitnehmervertretungen für ihr Engagement und die von ihnen geleistete erfolgreiche Arbeit.

Düsseldorf, im März 2006

DER AUFSICHTSRAT



Dr. Eckhard Cordes
Vorsitzender

Brief an die Aktionäre
Bericht des Aufsichtsrats

Metro-Aktie

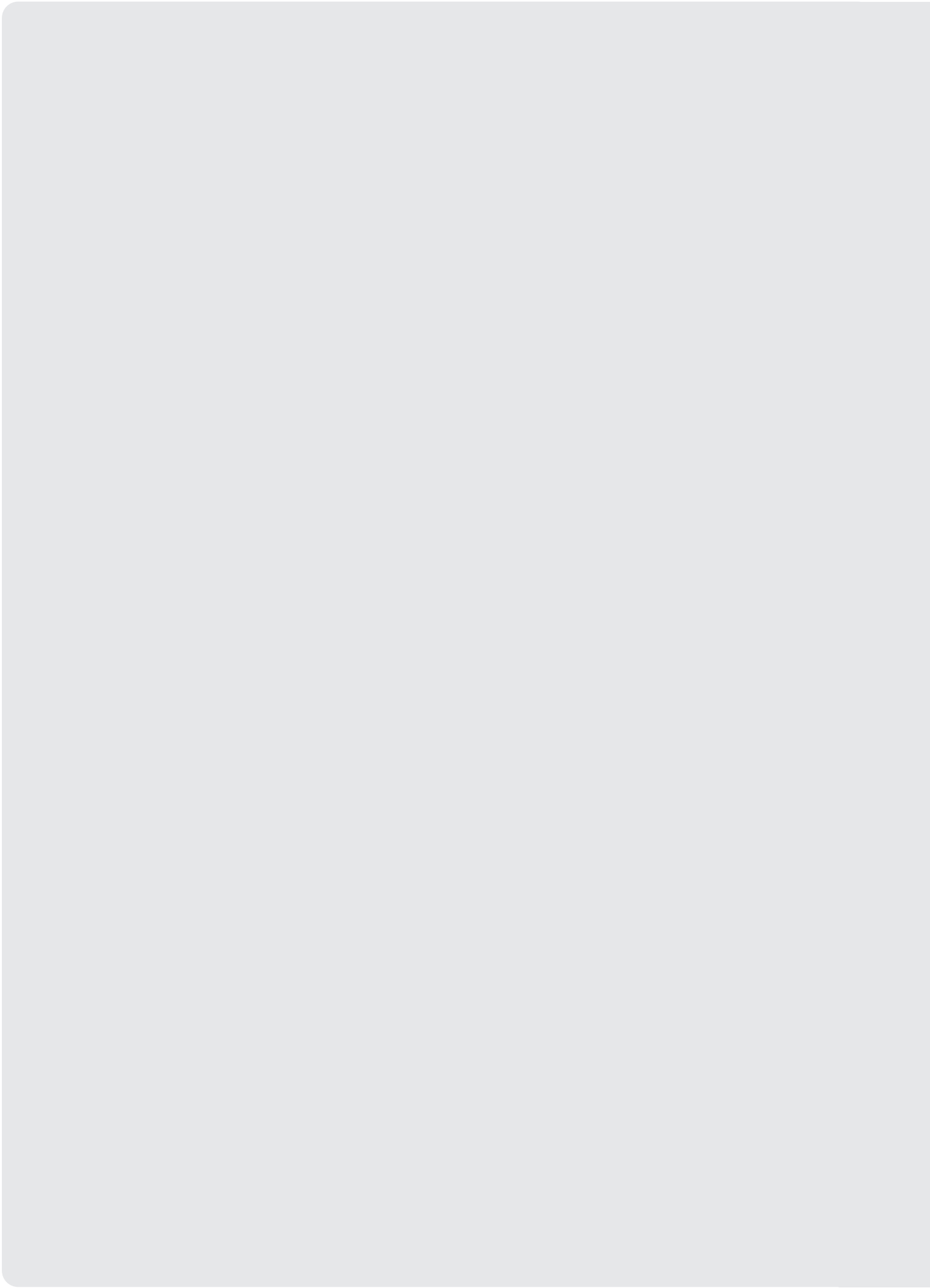
Konzernlagebericht

Metro-Vertriebsmarken

Konzernabschluss

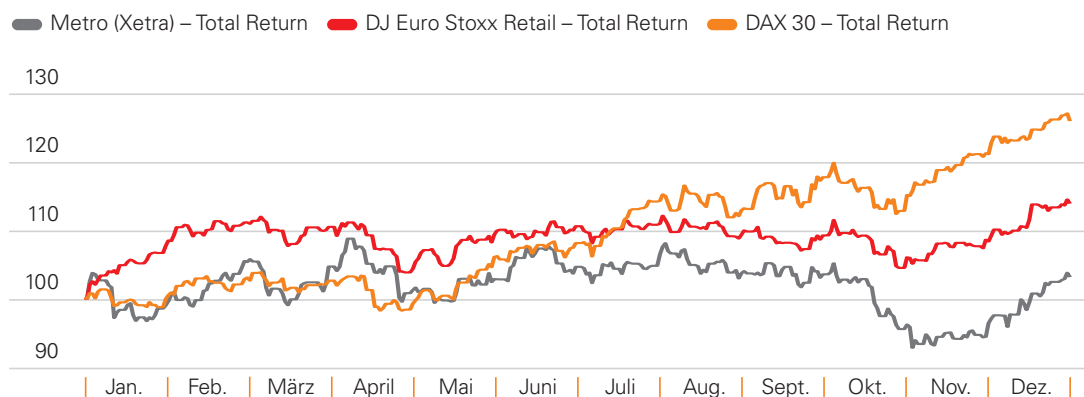
Corporate Governance Bericht

Ergänzende Informationen



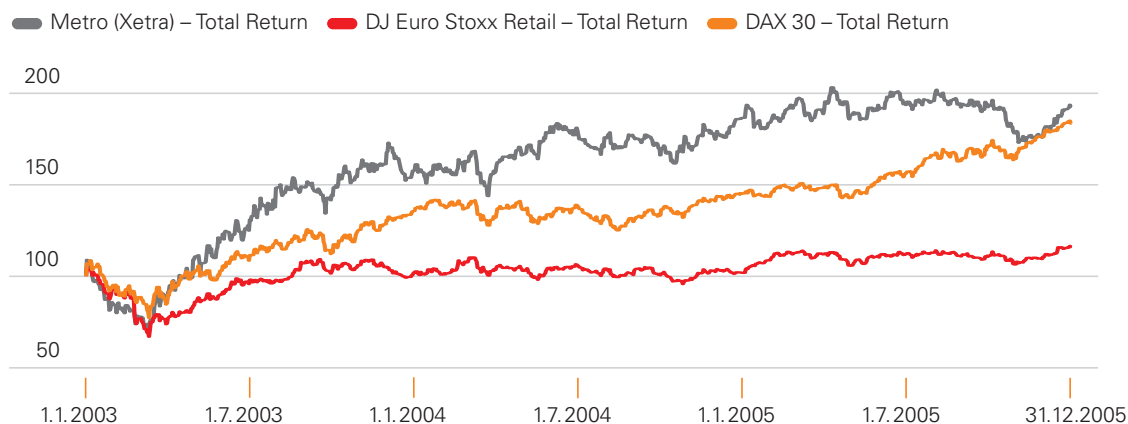
Metro-Aktie

Kursentwicklung der Metro-Stammaktie 2005¹



¹Metro-Stammaktie bei Wiederanlage der Dividende, DAX 30, Dow Jones Euro Stoxx Retail indexiert auf 100. Quelle: Bloomberg

Kursentwicklung der Metro-Stammaktie 2003 bis 2005¹



¹Metro-Stammaktie bei Wiederanlage der Dividende, DAX 30, Dow Jones Euro Stoxx Retail indexiert auf 100. Quelle: Bloomberg

Nach einem guten Börsenjahr 2004 starteten die Aktienmärkte verhalten in das Jahr 2005. In den ersten Monaten dämpften zunächst deutliche Ölpreissteigerungen und die Anhebung der Zinsen in den USA die Entwicklung an den internationalen Finanzmärkten. Dennoch verzeichneten die europäischen Börsen bereits ab Mai einen kontinuierlichen Anstieg der Aktienkurse. Eine ähnlich positive Kursentwicklung setzte in den USA gegen Ende des Jahres ein. Ursächlich für den grundlegenden Stimmungswandel an den Kapitalmärkten im Jahresverlauf waren vor allem positive Unternehmensmeldungen, die sich vielfach als Ergebnis umfassender, erfolgreicher Restrukturierungsmaßnahmen darstellten.

In Deutschland stand der Anstieg der Aktienkurse im unmittelbaren Zusammenhang mit der unerwarteten Ankündigung von Neuwahlen im Mai des Jahres. Mit einem erhofften Regierungswechsel verband sich die Hoffnung auf eine wirtschaftsfreundliche Politik und die konsequente Durchführung sachlich gebotener

Reformvorhaben. Die darauf einsetzenden Kurssteigerungen wurden jedoch im September aufgrund eines überraschenden Wahlausgangs zunächst wieder gestoppt. Erst gegen Jahresende erhielt die deutsche Börse neuen Auftrieb. Im November setzte eine Jahresendrally ein, die den Deutschen Aktienindex DAX auf 5.408,25 Punkte steigen ließ. Der DAX lag damit zum Jahresende um 27,1 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Abgekoppelt von dieser positiven Entwicklung blieben die Einzelhandelswerte. Der Einzelhandel, der im europäischen Branchenindex Dow Jones Euro Stoxx Retail abgebildet wird, blieb weit hinter der allgemeinen Aufwärtsentwicklung an den Börsen zurück. Ursächlich dafür war vor allem die Eintrübung des Konsumklimas in Westeuropa.

Die Metro-Aktie startete nach einer überdurchschnittlichen Entwicklung von 15,9 Prozent im Jahr 2004 gut in das Jahr 2005 und entwickelte sich zunächst besser als der DAX. Damit honorierte der Kapitalmarkt die dynamische Weiterentwicklung des Osteuropageschäfts und die starken Zuwächse bei den Wachstumstreibern Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn. Dieser positive Aufwärtstrend wurde erst im Zuge der Ankündigung von Neuwahlen im Mai gestoppt. Die Wahlprogramme lösten teilweise eine erhebliche Verunsicherung in weiten Teilen der Bevölkerung aus. Als Konsumwert, in dem sich unmittelbar die Verbraucherstimmung widerspiegelt, verzeichnete die Metro-Aktie in der folgenden Zeit aufgrund dieser besonderen Umstände eine schwächere Entwicklung und koppelte sich von der guten Entwicklung des DAX ab. Zusätzlich wurde der Kurs der Metro-Aktie durch die unbefriedigende Entwicklung von Real in Deutschland belastet. Diese lag zur Jahresmitte unter den Erwartungen der Anleger, die darauf nach Bekanntgabe der Halbjahresergebnisse des Unternehmens mit Enttäuschung reagierten. Die Information über die Prüfung der strategischen Optionen für die Vertriebslinie Praktiker konnte die Kursentwicklung der Metro-Aktie nicht beflügeln, sondern wurde von einer insgesamt schlechteren Stimmung überlagert, die die europäischen Handelswerte insgesamt belastete. Der Kursverlauf der Metro-Aktie entwickelte sich bis Ende Oktober weitgehend parallel zum europäischen Branchenindex Dow Jones Euro Stoxx Retail. Nach der notwendig gewordenen Anpassung der Umsatz- und Ergebnisprognose Anfang November verlief die weitere Kursentwicklung jedoch schwächer als die des Branchenindex.

Eine optimistischere Einschätzung des Kapitalmarkts für den deutschen Konsum im Jahr 2006 führte dann zum Jahresende zu einer Erholung der Metro-Aktie vom Jahrestiefststand im November. Im Jahresvergleich stieg der Kurs der Metro-Aktie um 0,8 Prozent und schloss im Xetra-Handel bei 40,80 €. Unter Berücksichtigung der Wiederanlage der Dividende betrug der Anstieg 3,3 Prozent.

Marktkapitalisierung und Indexzugehörigkeit

Die Marktkapitalisierung der METRO Group betrug zum Jahresende 2005 rund 13,4 Mrd. €. Damit gehört die METRO Group zu den größten deutschen Unternehmen und ist Mitglied im Deutschen Aktienindex DAX. Dort erreichte die METRO Group nach der Höhe des Streubesitzes den 22. Rang. Wird die gesamte Marktkapitalisierung berücksichtigt, befindet sich die METRO Group auf dem 16. Rang. Beim Börsenumsatz lag die METRO Group auf Rang 23.

Darüber hinaus ist die METRO Group in wichtigen internationalen Indices vertreten. Hierzu zählen der Dow Jones Euro Stoxx sowie der dazugehörige Branchenindex Dow Jones Euro Stoxx Retail sowie der MSCI Euro. Zudem ist die METRO Group im Nachhaltigkeitsindex DJSI World (Dow Jones Sustainability World Index) und im DJSI Stoxx vertreten.

Dividendenhöhe führt zur DivDAX-Mitgliedschaft

Die Deutsche Börse hat im Jahr 2005 den DivDAX eingeführt. Diesem gehören die Unternehmen des DAX an, die eine überdurchschnittliche Dividendenrendite bieten. Die METRO Group gehört von Anfang an dazu. Für das Geschäftsjahr 2005 wird der Vorstand der Hauptversammlung am 18. Mai 2006 vorschlagen, eine Dividende von 1,02 € je Stammaktie und 1,122 € je Vorzugsaktie zu beschließen. Daraus ergibt sich für die Metro-Stammaktie eine Dividendenrendite von 2,5 Prozent auf den Jahresschlusskurs 2005 und – wie in den Vorjahren – eine attraktive Verzinsung für die Aktionäre.

Investor Relations

Der Dialog mit den Aktionären und Analysten hat für die METRO Group einen hohen Stellenwert. Dabei gelten die Prinzipien der Fair Disclosure. Hierzu zählen Aktualität, Kontinuität, Glaubwürdigkeit und Gleichbehandlung. Die Kapitalmarktkommunikation ist langfristig orientiert und versteht sich als bedeutender Teil einer auf nachhaltige Wertsteigerung ausgerichteten Strategie des Konzerns.

Neben dem jährlich im Frühjahr in Düsseldorf stattfindenden Analystentreffen präsentierte sich die METRO Group auch im Geschäftsjahr 2005 bei Investoren und Analysten an allen wichtigen Finanzplätzen in Europa, den USA und Asien. Die Teilnahme an 12 Konferenzen diente als Plattform, den regelmäßigen Kontakt der METRO Group zu mehr als 1.300 institutionellen Anlegern noch weiter auszubauen. Beim Aktionärsforum der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz in Berlin standen die Privatanleger im Vordergrund. Überdies wurde im Jahr 2005 ein Anlegertelefon für Privatanleger eingeführt. Unter der Telefonnummer 018 02, gefolgt von der Wertpapierkenn-Nummer der Metro-Stammaktie 725 750, haben Anleger die Möglichkeit, Fragen rund um die Metro-Aktie zu stellen.

Im Rahmen von Präsentationsveranstaltungen, Telefonkonferenzen, Einzelterminen und Besuchen von Standorten im In- und Ausland informierte die METRO Group über Strategie und Erwartungen an das Geschäft sowie die Zukunft des Handels, nicht zuletzt in Verbindung mit der RFID-Technologie.

In den Rankings externer Institute erzielte die Investor Relations Arbeit der METRO Group durchweg gute Noten. So belegte die METRO Group beispielsweise bei der Thomson Extel Umfrage den zweiten Rang unter den Handelsunternehmen in Europa. In einer Umfrage von Reuters und Institutional Investor bei Analysten und Investoren erreichte die METRO Group den ersten Platz unter den europäischen

Handelsunternehmen für ihre Investor Relations Arbeit. Im Herbst 2005 erhielt die METRO Group die französische Investor Relations Auszeichnung „Fils d’Or“. Dieser in Frankreich sehr prestigeträchtige Preis wird von der Zeitschrift „La Vie Financière“ vergeben, die zu den führenden Finanzzeitschriften Frankreichs zählt. Der Preis würdigt die beste Finanzkommunikation der im Index FTSEurofirst 80 vertretenen nicht-französischen Unternehmen. Auf diese Weise werden die vielfältigen Investor Relations Aktivitäten der METRO Group auch in Frankreich honoriert.

Die Bedeutung des Internets nimmt für die Kapitalmarktkommunikation weiter zu. Über dieses Medium werden die relevanten Informationen aktuell und gleichzeitig allen Kapitalmarktteilnehmern zugänglich gemacht. Die Internetseiten der METRO Group im Bereich Investor Relations wurden weiter überarbeitet und bieten nun auch einen Depotkalkulator sowie die Möglichkeit zum Download der historischen Kurse seit dem Börsengang.

Metro-Aktie 2003–2005

			2005	2004	2003
Jahresschlusskurs	Stammaktie	€	40,80	40,49	34,95
	Vorzugsaktie	€	53,78	51,00	49,00
Jahreshöchstkurs	Stammaktie	€	44,20	40,52	38,44
	Vorzugsaktie	€	55,98	52,00	51,00
Jahrestiefstkurs	Stammaktie	€	36,54	31,78	15,93
	Vorzugsaktie	€	49,60	44,90	27,23
Ausschüttung	Stammaktie	€	1,02 ¹	1,02	1,02
	Vorzugsaktie	€	1,122 ¹	1,122	1,122
Dividendenrendite auf Jahresschlusskursbasis	Stammaktie	%	2,5 ¹	2,5	2,9
	Vorzugsaktie	%	2,1 ¹	2,2	2,3
Marktkapitalisierung		Mrd. €	13,37	13,26	11,46

Daten auf Basis der Xetra-Schlusskurse
¹Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

Daten zur Metro-Aktie

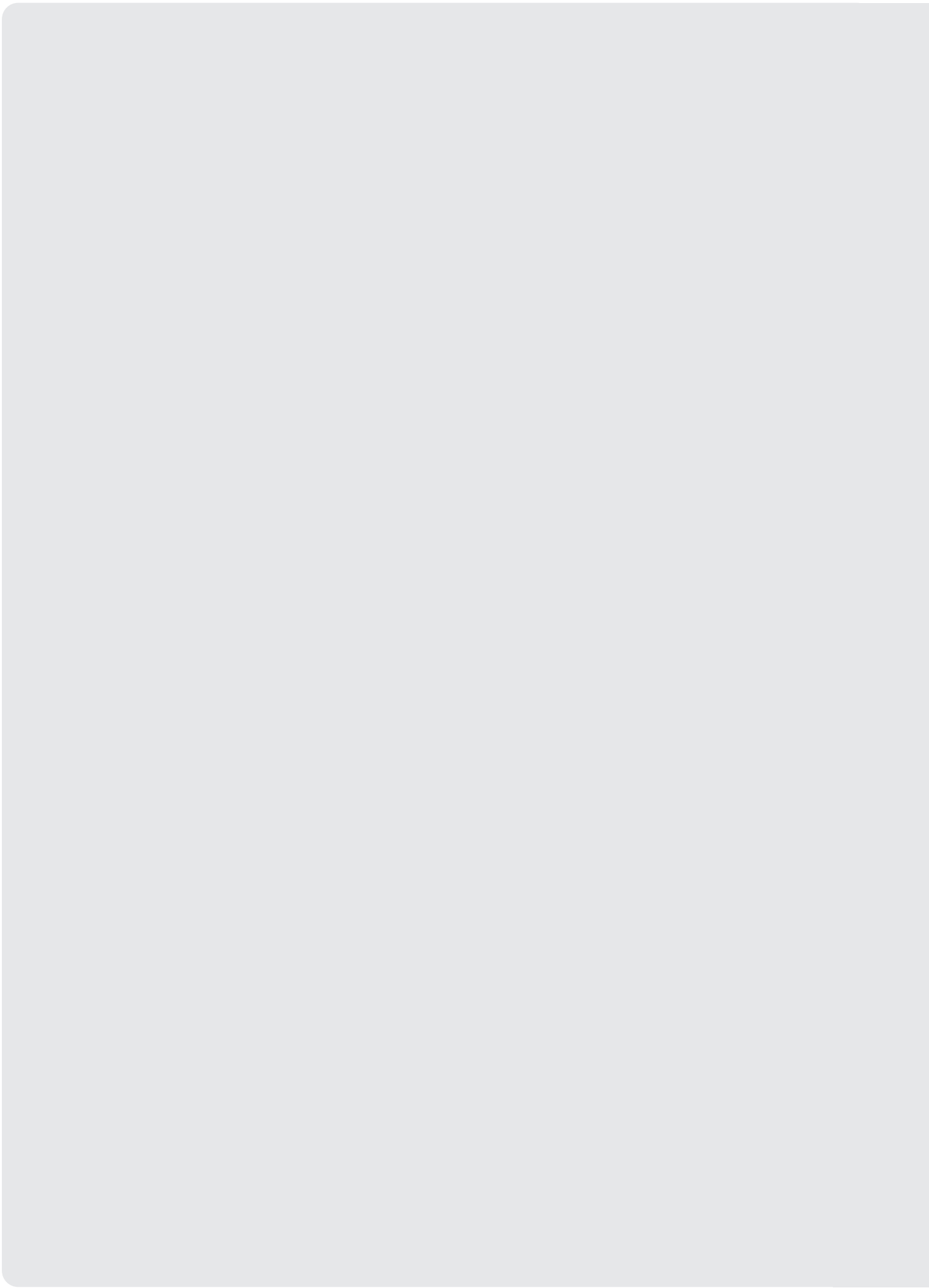
	Stammaktie	Vorzugsaktie
Wertpapierkenn-Nummer	725 750	725 753
ISIN Code	DE 000 725 750 3	DE 000 725 753 7
Reuters-Kürzel	MEOG.DE	MEOG_p.DE
Bloomberg-Kürzel	MEO GR	MEO3 GR
Anzahl der Aktien	324.109.563	2.677.966

Brief an die Aktionäre
Bericht des Aufsichtsrats
Metro-Aktie

Konzernlagebericht

Geschäft und Rahmenbedingungen	21
Konzernstruktur	21
Gesamtwirtschaftliches Umfeld	22
Branchenentwicklung	26
EVA – Konzernsteuerung	29
Geschäftsverlauf	31
Advanced Retailing	32
Ertragslage	34
Konzernumsatz	34
Standortportfolio	39
EBIT	40
Konzerngewinn und Ergebnis je Aktie	41
Bilanzgewinn der METRO AG und Gewinnverwendung	42
Wertschöpfungsrechnung	42
Entwicklung des EVA	44
Finanzlage	45
Finanzmanagement	45
Kapitalstruktur	47
Investitionen/Desinvestitionen	49
Konzern-Kapitalflussrechnung	50
Vermögenslage	51
Fazit zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	53
Mitarbeiter	54
Umweltmanagement	60
Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres (Nachtragsbericht)	61
Risikobericht	62
Prognosebericht	67
Konjunktur und Branchenentwicklung	67
Entwicklung der METRO Group	68

Metro-Vertriebsmarken
Konzernabschluss
Corporate Governance Bericht
Ergänzende Informationen

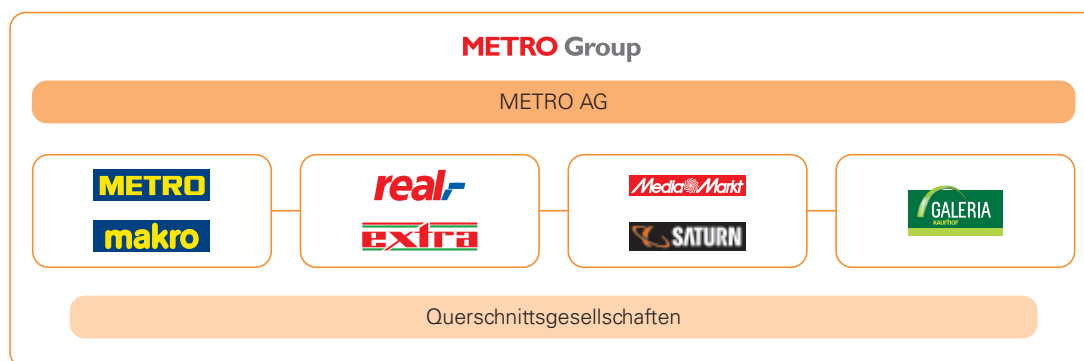


Konzernlagebericht

Geschäft und Rahmenbedingungen

Konzernstruktur

An der Spitze der METRO Group steht die METRO AG mit Sitz in Düsseldorf als strategische Management-Holding. Das operative Geschäft verantworten vier Vertriebslinien, die mit jeweils eigenen Vertriebskonzepten und teilweise mehreren Vertriebsmarken in ihrem Segment selbstständig am Markt tätig sind. Die Vertriebslinie Praktiker gehört seit ihrem Börsengang im November 2005 nicht mehr zum Konzernportfolio der METRO Group. Vertriebslinienübergreifende Dienstleistungen, zum Beispiel die Beschaffung, die Logistik, die Informatik und den Werbemittleinkauf, bündelt der Konzern in so genannten Querschnittsgesellschaften.



Real und Extra

Die Extra-Verbrauchermärkte werden seit dem Jahr 2004 unter dem Dach der Real SB-Warenhaus GmbH geführt. Die grundlegende Bereinigung des Standortportfolios bei Extra ist inzwischen weitgehend abgeschlossen. Aufgrund der engen organisatorischen Verbindung von Extra mit Real werden beide Vertriebsmarken seit dem 2. Quartal 2005 zu einer Berichtseinheit („Real“) zusammengefasst.

Sonstige Gesellschaften

Die Querschnittsgesellschaften werden im Konzernlagebericht als sonstige Gesellschaften berücksichtigt. Hierzu zählt auch die METRO Group Asset Management. Sie deckt den kompletten Planungs-, Dienstleistungs- und Managementbedarf im Lebenszyklus von Handelsimmobilien ab und betreut mit mehr als 800 Mitarbeitern unter anderem 1.400 Standorte der Vertriebslinien in 12 Ländern. Die Restaurantkette Dinea sowie die Adler-Modemärkte zählen ebenfalls zu den sonstigen Gesellschaften.

Berücksichtigung von Praktiker im Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2005 der METRO Group

Die Vertriebslinie Praktiker gehört nach dem Börsengang nicht mehr zum Konsolidierungskreis der METRO Group. Sie wird im Folgenden als nicht fortgeführte Aktivität („discontinued operations“) betrachtet.

Sämtliche Darstellungen im Konzernlagebericht berücksichtigen lediglich die fortgeführten Aktivitäten. Geschäftszahlen des Jahres 2004 werden entsprechend adjustiert. Genauere Informationen zu den im Rahmen des Börsengangs veräußerten Anteilen, dem Veräußerungsergebnis, den verbliebenen Restanteilen sowie der Veräußerung der von Praktiker genutzten Immobilien sind im Abschnitt „Investitionen/Desinvestitionen“ sowie im Konzernanhang, Nummer 37 („Nicht fortgeführte Aktivitäten“) enthalten.

Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Weltwirtschaft expandiert kräftig – drastisch gestiegene Ölpreise gut verkraftet

Die immer stärker zusammenwachsende Weltwirtschaft hat den deutlichen Anstieg der Rohölpreise im Jahr 2005 unerwartet gut verkraftet. Trotz des drastischen Preisanstiegs wurde ein Wachstum von real 3,5 Prozent erreicht. Im Jahr davor hatte die Steigerung bei 4,0 Prozent gelegen. Dabei zeigte sich ein regional signifikantes Wachstumsgefälle. Während von den USA und Ostasien, insbesondere China, kräftige Impulse für eine Belebung der Weltwirtschaft ausgingen, blieben Europa und Japan hinter dem globalen Wachstum zurück. Insgesamt stieg das Welthandelsvolumen aufgrund der zunehmenden Globalisierung um rund 7 Prozent. Außerdem wird aus den Konjunkturdaten des Jahres 2005 deutlich, dass die Weltkonjunktur nach wie vor entscheidend von der wirtschaftlichen Entwicklung in den USA beeinflusst wird. Die zunehmende Bedeutung des asiatischen Wirtschaftsraums mit China und Indien als Wachstumsmotor der Weltwirtschaft hat daran bislang nichts geändert.

Die USA verzeichneten in 2005 ein reales Wirtschaftswachstum von 3,5 Prozent, das im Wesentlichen von einer starken binnenwirtschaftlichen Dynamik getragen wurde. Sowohl die privaten Konsumausgaben (real +3,6 Prozent) als auch die Bruttoanlageinvestitionen (real +7,2 Prozent) legten 2005 kräftig zu. Der Außenbeitrag war erneut negativ und führte zu einem weiteren Anstieg des Leistungsbilanzdefizits. Für die Weltwirtschaft stellt dieses seit Jahren wachsende außenwirtschaftliche Ungleichgewicht einen Risikofaktor dar. Es birgt die Gefahr einer starken, möglicherweise abrupten Abwertung des US-Dollars. Dies hätte in ihrer Tragweite kaum abschätzbare negative Folgen für die Weltkonjunktur.

Asien – der neue Wachstumsmotor der Weltwirtschaft

Zunehmend wachsen China und andere Schwellenländer Ostasiens in die Rolle eines globalen Konjunkturmotors. Dabei formt sich um China herum ein regionaler Wachstumskern mit zunehmendem weltwirtschaftlichen Einfluss.

Mit einer Wachstumsrate von real knapp 10 Prozent im Jahr 2005 erwies sich China wie bereits im Vorjahr als eine der maßgeblichen Konjunkturlokomotiven für die Weltwirtschaft. Die Exporte des Landes stiegen in der Größenordnung von rund 28 Prozent. Die im vergangenen Jahr erfolgte leichte Aufwertung des Yuan ist weitgehend folgenlos geblieben. Dies zeigt auch der außerordentlich hohe Leistungsbilanzüberschuss von 5,5 Prozent des chinesischen Bruttoinlandsprodukts. Neben den Exporten und Investitionen trägt zunehmend auch der private Konsum zur hohen Dynamik der chinesischen Volkswirtschaft bei.

Die japanische Wirtschaft hat 2005 ihren Konsolidierungskurs fortgeführt. Das reale Wirtschaftswachstum betrug 2,8 Prozent nach 2,3 Prozent in 2004. Die fortschreitende Gesundung der japanischen Wirtschaft belegen die hohen Wachstumsraten bei den Investitionen (4,1 Prozent real), der weiter gestiegene private Konsum (+2,1 Prozent real) sowie eine weiterhin niedrige Sparquote. Im Vergleich zu 1991 hat sich die japanische Sparquote nahezu halbiert (2005: 7,0 Prozent).

Eine stetig wachsende weltwirtschaftliche Bedeutung gewinnt Indien, das Land mit der zweitgrößten Bevölkerung der Erde. Die indische Volkswirtschaft hat – ausgehend von einem sehr niedrigen Niveau – von 1994 bis 2004 ein beachtliches Wachstum erzielt. Die durchschnittliche reale Zuwachsrate des Bruttoinlandsprodukts lag bei gut 6 Prozent pro Jahr. 2005 stieg die Wachstumsrate noch einmal auf 7,2 Prozent. Die weitere wirtschaftliche Entwicklung des Landes wird davon abhängen, ob es gelingt, die Infrastruktur weiter zu verbessern und die Defizite in der Energieversorgung zu beseitigen. Dies könnte das weitere Wachstum in Zukunft nachhaltig stören.

Auch die übrigen Schwellenländer Südostasiens erzielten mit rund 4 Prozent ein solides Wachstum, wengleich die Zuwachsrate des Vorjahres damit leicht unterschritten wurde. Belastet wurde die wirtschaftliche Entwicklung dieser Öl importierenden Länder durch den drastischen Anstieg des Ölpreises sowie durch die starke Konkurrenz Chinas auf den Exportmärkten. Dennoch befinden sich die Länder des ostasiatisch-pazifischen Raums insgesamt auf einem intakten Wachstumspfad.

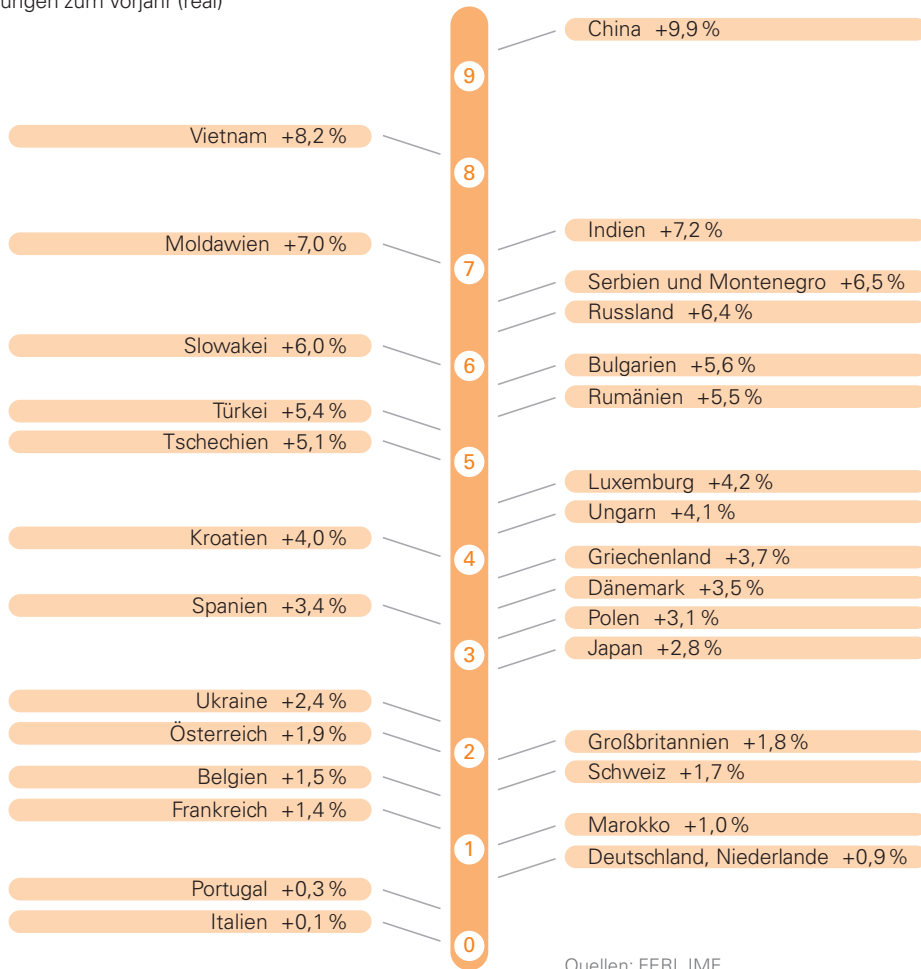
Westeuropa – schwache Konjunktur im Euroraum

Die wirtschaftliche Entwicklung im Euroraum, bestehend aus zwölf Ländern Westeuropas, verlief 2005 sehr verhalten. Das Bruttoinlandsprodukt nahm real nur um 1,4 Prozent zu. Der hohe Ölpreis, die insgesamt schwache Konsumneigung der privaten Haushalte sowie die geringe Investitionsbereitschaft der Unternehmen dämpften die Konjunktur. Belastend wirkte sich die Wachstumsschwäche in den drei größten Volkswirtschaften aus, die zusammen zwei Drittel der Wirtschaftskraft des Euroraums ausmachen. Italien erwirtschaftete nur ein reales Wachstum von 0,1 Prozent, Deutschland von lediglich 0,9 Prozent und Frankreich von nur 1,4 Prozent. Länder wie Luxemburg (+4,2 Prozent) oder Irland (+4,0 Prozent) konnten mit ihren höheren Wachstumsraten der wirtschaftlichen Dynamik des Euroraums aufgrund ihres geringen Gewichts im Ländervergleich keine entscheidenden Impulse verleihen.

Obwohl Deutschland von der lebhaften Weltkonjunktur durch kräftig steigende Exporte (real +7,6 Prozent) profitierte, sprang die Inlandsnachfrage nicht an. Hier wirkte sich einerseits die schwache Beschäftigungs- und Einkommensentwicklung aus, andererseits entzogen die stark gestiegenen Energiepreise den privaten Haushalten erhebliche Kaufkraft. Die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung ging weiter zurück, was auch die öffentlichen Haushalte belastete. Die EU-harmonisierte Arbeitslosenquote betrug in Deutschland 9,5 Prozent und war damit nur geringfügig niedriger als in Griechenland, Spanien oder Frankreich. Auch das staatliche Ausgabenverhalten hat keine Nachfrageimpulse ausgelöst. Die öffentlichen Ausgaben, zum Beispiel für Infrastrukturmaßnahmen im Verkehrswesen, blieben leicht unter dem Vorjahresniveau (real -0,4 Prozent). Die Gesamtinvestitionen der Unternehmen in

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts der METRO Group Länder 2005

Veränderungen zum Vorjahr (real)



Quellen: FERI, IMF

Deutschland gingen real um 0,3 Prozent zurück. Das reale Bruttoinlandsprodukt stieg im Jahr 2005 um lediglich 0,9 Prozent.

Die drei westeuropäischen EU-Staaten, die nicht dem Euroraum angehören, nämlich Großbritannien (real +1,8 Prozent), Schweden (real +2,8 Prozent) und Dänemark (real +3,5 Prozent), verzeichneten ein etwas stärkeres reales Wachstum, blieben aber ebenfalls deutlich hinter der globalen Dynamik zurück.

Osteuropa – höheres Wachstum in den neuen EU-Ländern

Als sehr robust erwies sich die Konjunktur in den zehn neuen Mitgliedsländern der EU. Im Jahr 2005 erzielte diese Ländergruppe ein Wirtschaftswachstum von rund 4 Prozent nach über 5 Prozent im Vorjahr. Während sich das Wachstumstempo in Polen abschwächte (+3,1 Prozent) und in Ungarn (+4,1 Prozent)

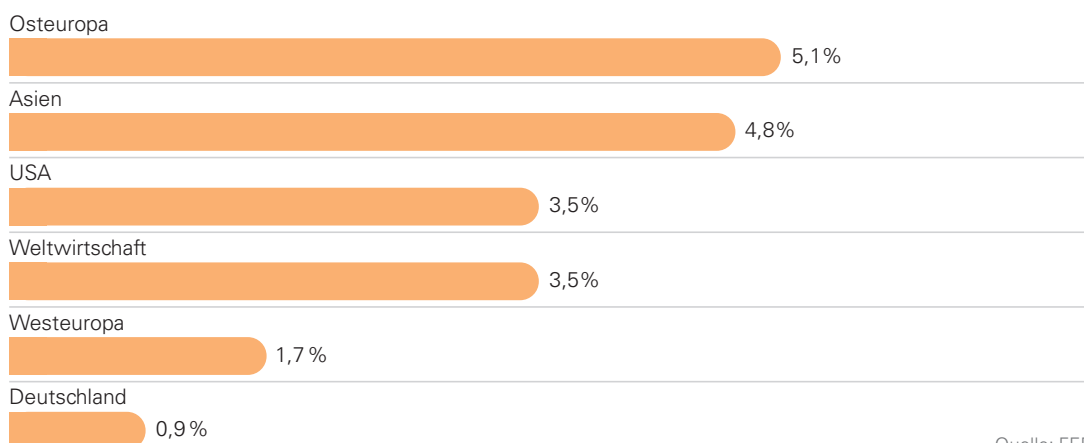
stagnierte, setzte sich der kräftige Aufwärtstrend in Tschechien (+5,1 Prozent), der Slowakei (+6,0 Prozent) und den drei baltischen Ländern (zwischen +6 Prozent und +10 Prozent) weiter fort.

Die EU-Beitrittskandidaten Bulgarien und Rumänien erreichten trotz einer ölpreisbedingten Abschwächung der Konjunktur ein respektables Wirtschaftswachstum von jeweils real über 5 Prozent. Auch die in Beitrittsverhandlungen mit der EU stehende Türkei erzielte ein Wachstum von real 5,4 Prozent.

Russland, das im Jahr 2005 besonders von den gestiegenen Preisen auf den Energiemärkten profitierte, setzte seinen Wachstumskurs fort und erreichte einen Zuwachs der realen Wirtschaftsleistung von über 6 Prozent. Die privaten Konsumausgaben stiegen mit einer beachtlichen Rate von real 11,2 Prozent und trugen damit maßgeblich zur gesamtwirtschaftlichen Dynamik bei. Die Inflationsrate stieg gleichzeitig auf 12,6 Prozent.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts der USA und Metro-relevanter Regionen 2005

Veränderungen zum Vorjahr (real)



Quelle: FERI

Branchenentwicklung

Positionierung und Marktstellung der METRO Group

Die METRO Group ist eines der bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen und steht für umfassende Handelskompetenz, hohe Innovationsstärke und eine internationale Unternehmenskultur. Der Konzern konnte im Jahr 2005 seine Marktstellung als eines der weltweit größten Handelsunternehmen weiter ausbauen.

Regional divergierende Entwicklung des Einzelhandels – Osteuropa und Asien sehr dynamisch

Die osteuropäischen Länder wiesen im Vergleich der Weltregionen bei den realen Einzelhandelsumsätzen mit einer durchschnittlich fast zweistelligen Wachstumsrate die dynamischste Entwicklung aus. Asien erzielte einen mittleren einstelligen Zuwachs. Westeuropa liegt mit zirka einem Prozent Wachstum am Ende der Skala.

Deutschland und Westeuropa

In Deutschland führten die monatelangen Diskussionen über die Erhöhung der Mehrwertsteuer sowie Sparbeschlüsse der neuen Bundesregierung, die für die Bevölkerung teilweise mit erheblichen finanziellen Einschnitten verbunden sind, zu allgemeiner Verunsicherung und Konsumzurückhaltung der Verbraucher. Vor allem diese politischen Einflüsse sowie gesunkene Realeinkommen sind ursächlich dafür, dass der Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne, das heißt ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken und Brennstoffe, 2005 mit real +0,3 Prozent nahezu stagnierte. Der für den Cash & Carry Bereich relevante Großhandel mit breitem Angebot an Food- und Nonfood-Waren verzeichnete 2005 in Deutschland real sogar ein Umsatzminus von 0,4 Prozent.

In ganz Westeuropa bremsten Kaufkräfteinbußen, die vor allem auf stark gestiegene Energiepreise und die allgemeine Einkommensentwicklung zurückzuführen sind, sowie eine insgesamt schwach ausgeprägte Konsumneigung der privaten Haushalte die Wachstumsdynamik im Einzelhandelsumsatz spürbar. Deutliche Wachstumsschwächen waren vor allem in den drei großen Ländern des Euroraums zu verzeichnen. In Italien blieb 2005 das Umsatzvolumen des Einzelhandels real unter Vorjahresniveau (-0,9 Prozent), in Frankreich stagnierte es (+0,2 Prozent). Positiv entwickelte sich dagegen der Einzelhandel im skandinavischen Raum. Dort wurden Zuwachsraten zwischen 3,9 Prozent in Norwegen und 8,3 Prozent in Dänemark erwirtschaftet.

Osteuropa

Das starke Wachstum des Einzelhandels in Osteuropa hat sich 2005 gegenüber den Vorjahren nur geringfügig abgeschwächt.

Seit der wirtschaftlichen Öffnung Polens und dessen Beitritt zur EU verzeichnete der Einzelhandel in diesem Land ein kontinuierliches Wachstum. In 2005 hat sich die Wachstumsdynamik abgeschwächt. Ursächlich dafür waren eine anhaltend hohe Arbeitslosenquote im Land und geringere Einkommenszuwächse als in den Vorjahren.

In Russland konnte der Einzelhandel dagegen in 2005 wiederum ein deutliches Wachstum erzielen. Der Einzelhandelsumsatz erhöhte sich im vergangenen Jahr bei weiterhin zweistelliger Inflationsrate im Land um real 12 Prozent. Die künftige Entwicklung des Einzelhandels in Russland wird davon abhängen, ob es gelingt, das heimische Warenangebot zu erweitern und die bestehenden Barrieren für den Markteintritt in Russland zu beseitigen, die die Entfaltung internationalen Wettbewerbs in Industrie und Handel gegenwärtig noch hemmen.

Asien

In Asien hat sich das reale Wachstum der Einzelhandelsumsätze 2005 weiter beschleunigt. China war 2005 mit hoher Zuwachsrate erneut das Wachstumszentrum des privaten Konsums in Asien. Der Einzelhandel verzeichnete beim Umsatz eine im mittleren einstelligen Bereich liegende Steigerung. Gute Ernten trugen wesentlich zur Stabilisierung der Verbraucherpreisentwicklung bei. In Japan hat sich die Arbeitsmarktlage weiter verbessert. Außerdem sind die Realeinkommen weiter gestiegen. Diese beiden Faktoren führten zu einer Belebung des Konsums. Davon profitierte der Einzelhandel mit einem realen Umsatzplus von 1,7 Prozent nach einem Umsatzminus von 0,8 Prozent im Jahr 2004.

Geschäftstätigkeit und Marktstellung von Metro Cash & Carry

Die Vertriebslinie Metro Cash & Carry ist im Bereich des Selbstbedienungs Großhandels tätig. Sie bietet gewerblichen Kunden ein umfassendes Warensortiment aus Food- und Nonfood-Produkten. Als weltweiter Marktführer in diesem Segment hat Metro Cash & Carry im Jahr 2005 die internationale Expansion gezielt vorangetrieben und seine Marktstellung weiter ausgebaut.

Branchenentwicklung im Selbstbedienungs Großhandel

In den meisten westeuropäischen Ländern, in denen Metro Cash & Carry präsent ist, veränderte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr das Marktvolumen des Selbstbedienungs Großhandels nur geringfügig. Die Umsatzentwicklung der Branche bewegte sich zwischen einem leichten Rückgang in Deutschland und Großbritannien und einem leichten Wachstum, das beispielsweise in Frankreich zu beobachten war.

In Osteuropa zeigte sich eine dynamische Entwicklung der Cash & Carry Branche. Unterstützt durch eine anhaltende Expansion des Formats und eine günstige gesamtwirtschaftliche Entwicklung, legte die Branche in Ländern wie Russland, der Ukraine, Rumänien, Kroatien und der Slowakei deutlich zu.

In den ostasiatischen Märkten ist Cash & Carry noch ein junges Betriebsformat mit guten Wachstumschancen. In China und Japan trifft Metro Cash & Carry auf nur wenige Systemwettbewerber. In Vietnam und Indien besteht Wettbewerb im Wesentlichen mit dem klassischen Großhandel. Aus dieser Position eines Nischenformats ergeben sich deutliche Wachstumschancen, die durch den kontinuierlichen Ausbau der Filialnetze verstärkt werden. Die Realisierung dieser Wachstumspotenziale zeigte sich in 2005 in deutlichen Umsatzsteigerungen in den Ländern China, Indien, Japan und Vietnam.

Geschäftstätigkeit und Marktstellung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Vertriebsmarke Real ist im SB-Warenhaussegment tätig. Den Schwerpunkt des Sortiments der großflächigen Real SB-Warenhäuser bilden qualitativ hochwertige Lebensmittel mit einem attraktiven Angebot an Frischeprodukten. Nonfood-Produkte des täglichen Bedarfs runden das Warenangebot ab. Neben Deutschland, Polen und der Türkei ist Real seit Juli 2005 auch in Russland vertreten. Real hat im Jahr 2005 im Inland Marktanteile abgegeben, auf den Auslandsmärkten hat die Vertriebslinie dagegen ihre Marktposition ausbauen können.

Die Extra-Verbrauchermärkte sind Nahversorger mit hoher Frischekompetenz und einem breiten Sortiment mit dauerhaft niedrigen Preisen. Extra bietet ein umfassendes Food-Sortiment und Nonfood-Artikel des täglichen Bedarfs und profiliert sich auf dem Markt als bedeutende, regional fokussierte Verbrauchermarktkette.

Branchenentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

Die Geschäftslage im deutschen Lebensmitteleinzelhandel war 2005 erneut von Stagnation geprägt. Die außerhalb der städtischen Zentren gelegenen großflächigen, auf den Lebensmittelhandel fokussierten SB-Warenhäuser, die über eine Verkaufsfläche von mehr als 5.000 Quadratmetern verfügen, verzeichneten im Jahresverlauf deutliche Umsatzeinbußen. Ursächlich dafür war ein verändertes Verbraucherverhalten. Infolge drastisch gestiegener Bezinpreise deckten die Konsumenten zunehmend ihren Bedarf an Lebensmitteln im unmittelbaren räumlichen Wohnumfeld. Die Verbrauchermärkte mit einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 4.999 Quadratmetern konnten nur durch Expansion des Formats leichte nominale Umsatzzuwächse erzielen. Demgegenüber profitierten die Discounter von ihrer räumlichen Nähe zum Kunden sowie der weiter gestiegenen Preissensibilität der Verbraucher. Auf dieser Grundlage gelang es ihnen, ihren Marktanteil erneut zu steigern. Ihr Wachstum schwächte sich allerdings im Vergleich zu den Vorjahren deutlich ab und konnte außerdem nur durch verstärkte Expansion erreicht werden.

In dem für die METRO Group wichtigen Auslandsmarkt Polen entwickelte sich das SB-Warenhaussegment im abgelaufenen Geschäftsjahr gut und zählte neben den Discountern zu den Marktanteilsgewinnern im Lebensmitteleinzelhandel. Seine positive Entwicklung wurde durch die massive Expansion der Großflächenbetreiber bei gleichzeitig wachsender Verbrauchernachfrage nach modernen Vertriebsformaten begünstigt.

In Russland konzentriert sich die Präsenz von großflächigen modernen Handelsformaten bisher vorwiegend auf die Regionen Moskau und St. Petersburg. Obwohl sich die Anzahl der großen Supermärkte („Superstores“) und SB-Warenhäuser im abgelaufenen Geschäftsjahr in Russland nahezu verdoppelte, ist der Bedarf an Märkten dieses Formats im Land weiterhin sehr groß.

Geschäftstätigkeit und Marktstellung von Media Markt und Saturn

Die Vertriebsmarken Media Markt und Saturn betreiben großflächige Elektrofachmärkte und bieten in ihrem Sortiment Produkte aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte, neue Medien, Telekommunikation, Computer und Foto an. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Unternehmens-

gruppe Media Markt und Saturn ihre unangefochtene Marktführerschaft im Elektrofachhandel in Deutschland und Europa durch fortgesetzte Expansion weiter ausgebaut.

Branchenentwicklung des Elektrofachhandels

In Deutschland konnte der Elektrofachhandel trotz allgemein anhaltender Kaufzurückhaltung der Verbraucher abermals seine Umsätze steigern. Dies ist unter anderem auf die neuen Technologien im TV-Bereich zurückzuführen, die auf starkes Kundeninteresse stießen.

In Westeuropa war die Branchenentwicklung regional uneinheitlich. In den Niederlanden, Österreich, Italien und der Schweiz verzeichnete der Elektrofachhandel rückläufige Umsätze. In Spanien und Portugal wurden dagegen starke Zuwächse erwirtschaftet.

Das Wachstum des Elektrofachhandels in Osteuropa war in den vergangenen Jahren von dem Interesse der Verbraucher an neuen Technologien sowie dem Nachholbedarf der Haushalte bei der Erstausrüstung mit klassischen Elektronikprodukten geprägt. Diese Faktoren bestimmten auch in 2005 die Marktentwicklung. Allerdings war die Branchenentwicklung auch in dieser Region unterschiedlich. Während in Ungarn ein Umsatzrückgang zu verzeichnen war, konnten in Polen weitere Umsatzzuwächse erreicht werden.

Geschäftstätigkeit und Marktstellung von Galeria Kaufhof

Die Vertriebslinie Galeria Kaufhof ist im Warenhaussegment tätig. Die Kaufhof Warenhaus AG hat im Jahr 2005 in Deutschland ihre System- und Konzeptführerschaft weiter ausgebaut. In Belgien konnte das Unternehmen Marktanteile hinzugewinnen.

Branchenentwicklung Warenhäuser

Auf dem deutschen Markt führte das anhaltende Flächenwachstum im deutschen Einzelhandel in Verbindung mit rückläufigen Umsätzen im Warenhaussegment zu einer weiteren Intensivierung des Wettbewerbs in diesem Einzelhandelsbereich. Die Warenhäuser haben im Jahr 2005 im Vergleich zum Einzelhandel insgesamt erneut Marktanteile verloren. In Belgien hat sich hingegen die positive Branchenentwicklung der vergangenen Jahre fortgesetzt.

EVA – Konzernsteuerung

Wertorientierte Unternehmensführung bildet Grundlage für nachhaltiges profitables Wachstum

Die METRO Group bekennt sich zu einer wertorientierten Unternehmenssteuerung auf der Grundlage des Economic Value Added (EVA). EVA ist ein international anerkanntes Steuerungs- und Managementsystem, das es ermöglicht, sämtliche strategischen, operativen sowie investiven Aktivitäten im Unternehmen nach ihrem Beitrag zur Steigerung des Unternehmenswerts zu beurteilen und danach zu entscheiden. Diese Messgröße wurde bei der METRO Group im Jahr 2000 konzernweit eingeführt. Die Leistungsstärke der METRO Group zeigt sich in ihrer Fähigkeit, den Unternehmenswert durch erfolgreichen Einsatz des Geschäftsvermögens kontinuierlich zu steigern.

Ein positiver EVA wird erreicht, wenn das Geschäftsergebnis über den für die Finanzierung des Geschäftsvermögens notwendigen Kapitalkosten liegt. Das Geschäftsergebnis ist definiert als der operative Gewinn vor Finanzierungskosten, aber nach Abzug der Ertragsteuern. Die Kapitalkosten stellen die erwartete Entlohnung der Investoren für das zur Verfügung gestellte Kapital und das eingegangene Anlagerisiko dar. Sie werden errechnet, indem das Geschäftsvermögen mit dem gewichteten Gesamtkapitalkostensatz („WACC“, Weighted Average Cost of Capital) multipliziert wird. Der Kapitalkostensatz der METRO Group lag im Jahr 2005 unverändert zum Vorjahr bei 6,5 Prozent.

Berechnung des Kapitalkostensatzes („WACC“)
(gewichteter Gesamtkapitalkostensatz bzw. Konzern-WACC)

Eigenkapitalkostensatz

Zinssatz für risikofreie Anlagen	4 %
+	
Marktrisikoprämie	6 %

x Betafaktor	1,0
(spezifische Risikoprämie für METRO Group)	
=	10 %

Fremdkapitalkostensatz

Zinssatz für risikofreie Anlagen	4 %
+	
Durchschnittlicher langfristiger Risikozuschlag	2 %
=	6 %

- Steuereffekt (40 %)	-2,4 %
=	3,6 %

Gewichtung zu Marktwerten	46 %	Gewichtung zu Marktwerten	54 %
---------------------------	------	---------------------------	------

6,5 % Konzern-WACC

Der gewichtete Gesamtkapitalkostensatz beschreibt die Verzinsungsansprüche des investierten Vermögens und wird als zu Marktwerten gewichteter Durchschnittswert aus Eigen- und Fremdkapitalkostensatz errechnet. Der Eigenkapitalkostensatz wird nach dem Kapitalmarktmodell CAPM (Capital Asset Pricing Model) bestimmt. Zu Grunde liegt dabei der Zinssatz für langfristige risikofreie Anlagen, zum Beispiel Bundesanleihen, in Höhe von 4 Prozent. Diesem wird eine allgemeine und unternehmensspezifische Risikoprämie in Höhe von 6 Prozent hinzugefügt, sodass sich ein Eigenkapitalkostensatz von 10 Prozent ergibt. Auch dem Fremdkapitalkostensatz liegt der Zinssatz für risikofreie Anlagen zu Grunde, erweitert um einen langfristig definierten, durchschnittlichen Risikozuschlag in Höhe von 2 Prozent. Bei einem angenommenen Steuersatz von 40 Prozent führt dies zu einem Fremdkapitalkostensatz von 3,6 Prozent. Entsprechend dem Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital zu Marktwerten werden beide Werte im durchschnittlichen Kapitalkostensatz gewichtet. Hieraus ergibt sich der genannte Konzern-WACC von 6,5 Prozent.

Entscheidend für die Beurteilung des unternehmerischen Erfolgs ist der Delta-EVA, das heißt die Differenz des aktuellen EVA zu dem des Vorjahres. Die Entwicklung des Delta-EVA ist dementsprechend auch ein wesentliches Element im variablen Vergütungssystem der Führungskräfte in der METRO Group.

Geschäftsverlauf

Die METRO Group hat ihre Position als eines der führenden internationalen Handelsunternehmen im Jahr 2005 weiter ausgebaut. Der Umsatz konnte auf Konzernebene weiter gesteigert werden. Das Ergebnis blieb im Wesentlichen aufgrund der rückläufigen Entwicklung bei Real in Deutschland hinter den Erwartungen zurück.

Die durch den Wahlkampf und den überraschenden Wahlausgang ausgelöste Verunsicherung der Verbraucher, eine dauerhaft hohe Arbeitslosenquote und die ungünstigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen wirkten sich negativ auf das Konsumverhalten weiterer Bevölkerungskreise aus. Die allgemeine Kaufzurückhaltung und Preissensibilität der Verbraucher hat sich dadurch nochmals verstärkt. Betroffen davon waren zum einen das Warenhausgeschäft mit seinem anspruchsvollen Sortiment, zum anderen die auf den deutschen Markt fokussierte Vertriebslinie Real, die zusätzlich durch Qualitätsvorfälle belastet wurde. In Deutschland stand insgesamt einem Umsatzzuwachs der Elektrofachmärkte von Media Markt und Saturn ein schwacher Geschäftsverlauf bei der im Lebensmitteleinzelhandel tätigen Vertriebslinie Real gegenüber. Der Umsatz von Metro Cash & Carry lag leicht unter Vorjahresniveau.

In Westeuropa zeigte die METRO Group trotz wachsender Wettbewerbsintensität und zunehmend herausfordernder Rahmenbedingungen eine insgesamt gute Geschäftsentwicklung. Die umsatzstarke Vertriebslinie Metro Cash & Carry setzte insbesondere in den wichtigen Ländern Frankreich und Italien sowie in Spanien und Belgien ihren Wachstumskurs fort. Im Vereinigten Königreich war bei schwierigen Marktbedingungen im Cash & Carry Bereich eine rückläufige Geschäftsentwicklung zu verzeichnen. Media Markt und Saturn erzielten auch vor dem Hintergrund eines hohen Vorjahresniveaus in Westeuropa ebenfalls gute Wachstumsraten.

Eine hervorragende Geschäftsentwicklung verzeichnete die METRO Group auf den Wachstumsmärkten Osteuropas. Vor allem in Russland, der Ukraine und in Polen konnte das Unternehmen sowohl den Umsatz als auch das Ergebnis deutlich steigern und sein dynamisches Wachstum fortsetzen.

Auch in Asien blickt die METRO Group auf eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung im Jahr 2005 zurück.

Advanced Retailing

Die METRO Group hat ihre wesentlichen strategischen Zukunftsprojekte im Technologiebereich unter dem Begriff Advanced Retailing zusammengefasst. Gemeinsames Ziel dieser Aktivitäten ist, die Geschäftsprozesse mithilfe innovativer Technologien kontinuierlich zu verbessern, die Effizienz zu steigern und den Kundennutzen zu erhöhen.

Im Jahr 2005 hat sich die METRO Group erneut als eine der treibenden Kräfte im internationalen Handel bei der Entwicklung und dem Einsatz innovativer Technologien profiliert.

METRO Group Future Store Initiative

Im Rahmen der METRO Group Future Store Initiative entwickelt das Unternehmen gemeinsam mit namhaften Kooperationspartnern aus der Konsumgüter-, Dienstleistungs- und IT-Branche praxistaugliche Konzepte für den Handel von morgen. Durch den Einsatz von innovativen Technologien werden die Arbeitsprozesse entlang der gesamten Prozesskette verbessert und der Einkaufskomfort für den Kunden gesteigert. Zentraler Baustein der Initiative ist der im April 2003 eröffnete Future Store in Rheinberg bei Düsseldorf. Hier entwickeln und erproben die METRO Group und ihre Partner unter realen Bedingungen neue Technologien im praktischen Einkaufsalltag. Beispielsweise sorgt seit Anfang 2005 ein zentrales System zur Rückverfolgbarkeit von Eiern für maximale Transparenz entlang der Lieferkette vom Legebetrieb bis zum Kunden. Das Interesse für technische Innovationen im Handel ist weiterhin ungebrochen. Seit seiner Eröffnung besichtigten rund 25.000 Fachbesucher den Future Store.

Ein Teil der hier erprobten Technologien ist inzwischen von Vertriebslinien der METRO Group übernommen worden. So sind „Selbstzahlerkassen“ bereits in mehr als 50 Real- und Extra-Märkten installiert. Zudem begann die Vertriebslinie im August 2005 mit dem Test eines neuartigen „Future Check-out“ mit getrennter Scan- und Bezahlstation. „Info-Terminals“ sind bei Galeria Kaufhof flächendeckend im Einsatz. Auch Metro Cash & Carry setzt bei der Modernisierung der Märkte auf zukunftsorientierte Technologien und nutzt seit Ende 2005 unter anderem eine vereinfachte Version des „Persönlichen Einkaufsberaters“.

RFID im Fokus der Modernisierung im Handel

Bei der Gestaltung effizienter Lieferprozesse und der Verbesserung des Einkaufskomforts fällt der Radiofrequenz-Identifikation (RFID) eine Schlüsselrolle zu. Diese Zukunftstechnologie wird die Prozesskette in der Konsumgüterindustrie grundlegend verändern. Anwendungsfelder sind vor allem die Logistik, die Warenbevorratung und die individuelle Kundenbetreuung. Herzstück von RFID ist der so genannte Smart Chip, ein kleiner Computerchip mit Antenne. Auf dem Smart Chip ist ein Elektronischer Produktcode (EPC) gespeichert, der berührungslos und ohne Sichtverbindung von einem RFID-Lesegerät erfasst werden kann. Im Warenwirtschaftssystem lassen sich dem EPC Informationen wie das Mindesthaltbarkeitsdatum oder der Hersteller eines Produkts zuordnen. Auch der Weg einer Lieferung von der Produktion bis in den Markt wird in der Datenbank festgehalten. Zur Weiterentwicklung von RFID für den Einsatz im Handel gründete die METRO Group im Juli 2004 das RFID Innovation Center in Neuss. Hier testen Lieferanten,

IT-Partner und Vertreter der Metro-Vertriebsmarken die Möglichkeiten der Technologie unter praxisnahen Bedingungen. Zudem betreibt die METRO Group gemeinsam mit der Standardisierungsorganisation GS1 Germany seit November 2005 das europaweit einzige Forschungs- und Testzentrum für die Radiofrequenz-Identifikation, das so genannte „European EPC Competence Center“. Konsumgüterhersteller arbeiten hier mit standardisierten Verfahren unter anderem an der Verbesserung von Transpondertypen und der optimalen Platzierung von Smart Chips auf Verpackungseinheiten. In der Praxis kennzeichnen seit der Einführung im Logistikbereich mehr als 20 Partner aus der Konsumgüterindustrie einen Teil ihrer Warenpaletten mit Smart Chips. An dieser im November 2004 gestarteten ersten Phase sind die Vertriebsmarken Metro Cash & Carry, Real und Galeria Kaufhof sowie die MGL METRO Group Logistics beteiligt. Der Einsatz von RFID soll in den kommenden Jahren schrittweise ausgedehnt werden. Künftig sollen Smart Chips auch auf Verpackungseinheiten wie zum Beispiel Kartons angebracht werden.

Metro Link

Die METRO Group optimiert kontinuierlich die Kommunikation und Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten. Aus diesem Grund entwickelte das Unternehmen im Laufe des Geschäftsjahres 2005 das Lieferantenportal Metro Link, das allen Lieferanten als einheitliche Internetplattform für den Austausch von Informationen und Daten zur Verfügung steht. Im Rahmen ihrer Efficient-Consumer-Response-Strategie (ECR) wird die MGB METRO Group Buying ihren Lieferanten künftig über das Portal zahlreiche Programme anbieten, um komplexe Geschäftsprozesse zu vereinfachen und gemeinsame Potenziale auszuschöpfen. Zum Beispiel bietet Metro Link Lieferanten den Zugriff auf das Data Warehouse der METRO Group sowie auf innovative Softwaremodule wie das Eigenmarken-Management-Programm OBM (Own Brand Management) und die Online-Artikelstammdatenpflege (MMS CAT).

METRO Group Networking

Im Zuge des 2004 initiierten Projekts METRO Group Networking hat die METRO Group eine einheitliche Arbeits- und Informationsplattform für alle Mitarbeiter des Konzerns geschaffen. Diese ermöglicht es, interne Verwaltungsprozesse mithilfe von innovativen, teilweise speziell für den Konzern entwickelten IT-Systemen abzubilden und zu optimieren. Der Fokus der Projektarbeit lag im Jahr 2005 auf der Entwicklung und Einführung weiterer Networking-Komponenten. Beispielsweise erleichtert die Anwendung Networking Collaboration seit Mitte des abgelaufenen Geschäftsjahres die gesellschafts-, standort- und länderübergreifende Zusammenarbeit und Kommunikation innerhalb von Projektteams.

Ertragslage

Konzernumsatz

Die METRO Group steigerte im Geschäftsjahr 2005 ihren Umsatz von 53,5 Mrd. € um 4,2 Prozent auf 55,7 Mrd. €. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug die Umsatzsteigerung im Konzern 3,0 Prozent. Die METRO Group baute damit im Geschäftsjahr 2005 ihre Position als eines der umsatzstärksten internationalen Handelsunternehmen abermals weiter aus.

Während der Umsatz in Deutschland von insgesamt 26,5 Mrd. € im Vorjahr um 2,2 Prozent auf 25,9 Mrd. € zurückging, hat der Konzern den Umsatz im Auslandsgeschäft von 26,9 Mrd. € um 10,5 Prozent auf 29,8 Mrd. € gesteigert. Der Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz der METRO Group erreichte 53,4 Prozent und lag damit in 2005 auf Jahresbasis deutlich über der 50-Prozent-Marke. Ein weiterhin dynamisches Wachstum verzeichnete der Konzern in Osteuropa. In diesem Wirtschaftsraum stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 21,9 Prozent, und zwar von 8,7 Mrd. € auf 10,6 Mrd. €. In Asien wurde ein Umsatzplus von 9,7 Prozent auf 1,2 Mrd. € erwirtschaftet. In den westeuropäischen Ländern verzeichnete die METRO Group einen Umsatzzuwachs um 4,8 Prozent von 17,1 Mrd. € auf 18,0 Mrd. €.

Umsatzentwicklung im Konzern und bei den Vertriebslinien sowie Entwicklung des Umsatzes nach Regionen (netto¹)

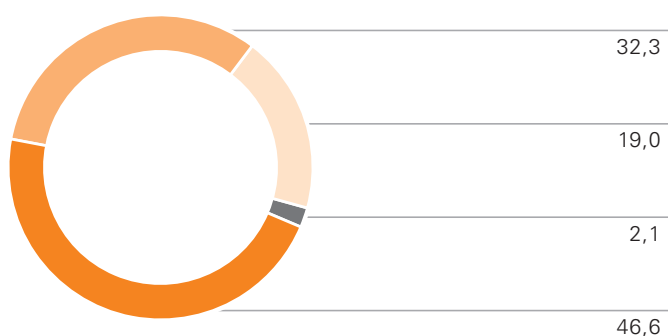
	2005 Mio. €	2004 ² Mio. €	Veränderungen	
			Mio. €	%
Metro Cash & Carry	28.087	26.442	1.645	6,2
Real (einschl. Extra)	9.922	10.727	-805	-7,5
Media Markt und Saturn	13.306	12.210	1.096	9,0
Galeria Kaufhof	3.575	3.768	-193	-5,1
Sonstige	832	328	504	153,7
METRO Group	55.722	53.475	2.247	4,2
davon Deutschland	25.948	26.541	-593	-2,2
davon Ausland	29.774	26.934	2.840	10,5
Westeuropa	17.976	17.148	828	4,8
Osteuropa	10.614	8.707	1.907	21,9
Asien, Afrika	1.184	1.079	105	9,7

¹Die Umsätze stellen Außenumsätze ohne Umsatzsteuer und nach Abzug von Erlösschmälerungen dar

²Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten

Konzernumsatz 2005 nach Regionen in Prozent

■ Deutschland
 ■ Westeuropa
 ■ Osteuropa
 ■ Asien, Afrika

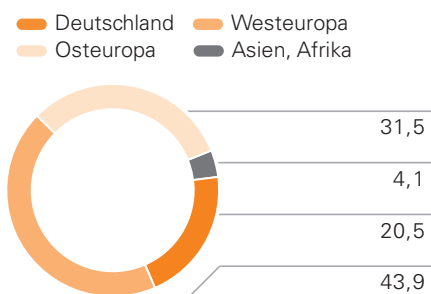
**Metro Cash & Carry**

Metro Cash & Carry erzielte im Geschäftsjahr 2005 vor allem aufgrund der konsequent vorangetriebenen internationalen Expansion erneut einen deutlichen Umsatzzuwachs. Die Vertriebslinie steigerte ihren Gesamtumsatz von 26,4 Mrd. € auf 28,1 Mrd. €. Das Unternehmen hat damit das hohe Umsatzniveau des Vorjahres, das durch umfangreiche Marketingmaßnahmen aus Anlass des 40-jährigen Bestehens von Metro Cash & Carry erreicht worden war, nochmals um 6,2 Prozent übertroffen. Auf vergleichbarer Fläche erhöhte sich der Umsatz um 1,5 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg der Gesamtumsatz um 4,4 Prozent. Die Vertriebslinie hat mit diesem Ergebnis ihre Stellung als eine der Wachstumstreiberinnen innerhalb der Unternehmensgruppe unterstrichen.

In Deutschland ging der Umsatz von Metro Cash & Carry gegenüber dem Vorjahr um 1,8 Prozent auf 5,7 Mrd. € zurück. Flächenbereinigt betrug der Umsatzrückgang 2,4 Prozent. Ursächlich dafür waren vor allem die weiterhin rückläufige Geschäftsentwicklung im Gastronomiebereich sowie die anhaltende Konsumzurückhaltung der Verbraucher in Deutschland. Außerdem wirkte sich der fortgesetzte Trend zu preiswerten Eigenmarkenprodukten aus. Im Auslandsgeschäft konnte dagegen eine Umsatzsteigerung von 20,6 Mrd. € um 8,5 Prozent auf 22,3 Mrd. € erzielt werden. Bereinigt um Währungseffekte erreichte der Umsatzzuwachs im Ausland 6,1 Prozent. Besonders starke Umsatzzuwächse verzeichnete die Vertriebslinie Metro Cash & Carry im Zuge eines weiteren Ausbaus des Standortnetzes in Russland mit einem Plus von 62,6 Prozent auf 1,5 Mrd. € und in der Ukraine mit einer Steigerung um rund 226 Mio. € auf rund 338 Mio. €. Der hohe Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz von Metro Cash & Carry stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr nochmals, und zwar von 77,9 Prozent im Vorjahr auf 79,5 Prozent.

Die Vertriebslinie forcierte in 2005 ihre dynamische internationale Expansion der vergangenen Jahre und festigte dadurch weltweit ihre marktführende Position im Selbstbedienungsgroßhandel. Metro Cash & Carry eröffnete im Jahresverlauf insgesamt 43 neue Märkte, davon 39 im Ausland und vier in Deutschland. Der

Umsatz Metro Cash & Carry 2005 nach Regionen in Prozent



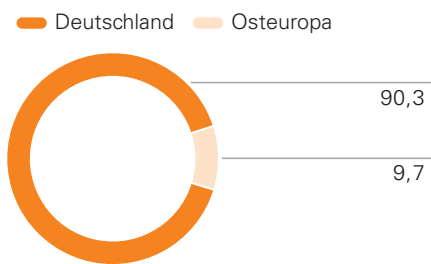
Schwerpunkt der Expansion lag mit 23 neuen Standorten in Osteuropa. Allein in Russland wurden acht Märkte neu eröffnet. In Asien wurde das Vertriebsnetz um sechs und im westeuropäischen Ausland um zehn Märkte erweitert. Im Inland wurden vier kleinflächige Märkte neu eröffnet und einer geschlossen. Zum Ende des Berichtsjahres war Metro Cash & Carry als internationalste Vertriebslinie des Konzerns in 28 Ländern an insgesamt 544 Standorten mit einer Gesamtverkaufsfläche von über 4 Mio. Quadratmetern vertreten.

Real (einschl. Extra)

Die auf den Lebensmitteleinzelhandel fokussierten und schwerpunktmäßig im Inland tätigen Vertriebsmarken Real und Extra verzeichneten im Geschäftsjahr 2005 einen Umsatzrückgang um 7,5 Prozent auf 9,9 Mrd. € nach 10,7 Mrd. € im Vorjahr. Dabei stand einem Umsatzminus von 9,5 Prozent, flächenbereinigt 4,0 Prozent, im Inland ein Umsatzzuwachs von 16,4 Prozent im Auslandsgeschäft gegenüber.

Der Umsatzrückgang in Deutschland steht in Höhe von 572 Mio. € in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der einschneidenden Reduzierung des Filialnetzes der Vertriebsmarke Extra durch Verkauf, Abgabe an Franchisenehmer und Schließung von insgesamt 156 Verbrauchermärkten. Dies war zusammen mit der Integration 16 weiterer Extra-Märkte in das Filialnetz der Real SB-Warenhäuser ein entscheidender Schritt auf dem Weg zur Bereinigung des Standortnetzes der Vertriebslinie. In der Umsatzentwicklung von Real spiegeln sich zudem der weiter verschärfte Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel auf dem deutschen Markt, die ausgeprägte Konsumzurückhaltung und Preissensibilität der Verbraucher sowie Qualitätsvorfälle der Vertriebslinie wider. Außerdem beeinflussten die gestiegenen Benzinpreise die Geschäftsentwicklung der größtenteils außerhalb der Innenstädte und Wohngebiete angesiedelten Real SB-Warenhäuser.

Umsatz Real (einschl. Extra) 2005 nach Regionen in Prozent



In Polen hat Real im Jahr 2005 trotz einer zunehmenden Wettbewerbsintensität eine Umsatzsteigerung von 13,3 Prozent erzielt. In der Türkei stieg der Umsatz um 11,9 Prozent. Mit dem erfolgreichen Markteintritt von Real in Russland setzte die Vertriebslinie außerdem ihre selektive internationale Expansion in 2005 fort.

Das Filialnetz der Vertriebslinie Real umfasste einschließlich Extra zum Ende des Berichtsjahres aufgrund der konsequent durchgeführten Bereinigung des Standortportfolios insgesamt 592 Märkte gegenüber 742 Märkten

im Geschäftsjahr 2004. Real war Ende 2005 an insgesamt 328 Standorten vertreten. Davon lagen 288 in Deutschland und 40 im Ausland. Zum Vertriebsnetz von Extra gehörten zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres noch 264 Verbrauchermärkte.

Media Markt und Saturn

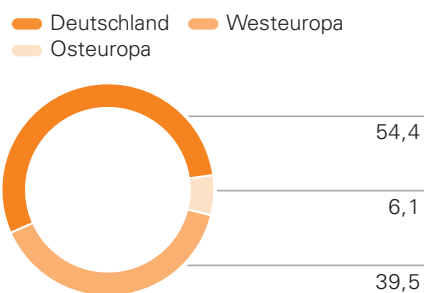
Die Elektrofachmärkte der Vertriebslinie Media Markt und Saturn steigerten im Geschäftsjahr 2005 den Gesamtumsatz von 12,2 Mrd. € um 9,0 Prozent auf 13,3 Mrd. €. Auf vergleichbarer Fläche lag der Umsatz 1 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Die Unternehmensgruppe hat ihre Stellung als Marktführerin im europäischen Elektrofachhandel und als eine der Wachstumstreiberinnen innerhalb der METRO Group weiter ausgebaut.

In Deutschland haben Media Markt und Saturn das hohe Umsatzniveau des Vorjahres, das durch vielfältige Marketingmaßnahmen im Zusammenhang mit dem 25-jährigen Jubiläum von Media Markt sowie der Eröffnung des 100. Saturn-Markts erreicht worden war, um 2,6 Prozent übertroffen; der Umsatz stieg von 7,1 Mrd. € auf 7,2 Mrd. €. Flächenbereinigt ging der Umsatz um 3,9 Prozent zurück. Im Auslandsgeschäft erzielte die Vertriebslinie erneut ein zweistelliges Umsatzplus. Das Umsatzvolumen stieg von 5,1 Mrd. € im Vorjahr um 17,8 Prozent auf 6,1 Mrd. €. Gleichzeitig erhöhte sich der Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz der Vertriebslinie von 42,2 Prozent auf 45,6 Prozent.

Die internationale Expansion wurde von Media Markt und Saturn in 2005 weiter vorangetrieben. Beide Vertriebsmarken erschlossen zusammen insgesamt 56 neue Standorte, davon 16 im Inland und 40 im

Ausland. In Deutschland eröffnete Media Markt 13 und Saturn drei neue Elektrofachmärkte. Im Ausland war Media Markt Ende 2005 mit 34 und Saturn mit 6 neuen Standorten präsent. Den Anspruch auf die führende Marktstellung in Europa unterstrich die Vertriebslinie mit dem Markteintritt von Saturn in Spanien und dem Markteintritt von Media Markt in Griechenland gegen Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres. Seither ist die Unternehmensgruppe in 12 Ländern mit insgesamt 558 Elektrofachmärkten und einer Gesamtverkaufsfläche von 1,7 Mio. Quadratmetern präsent.

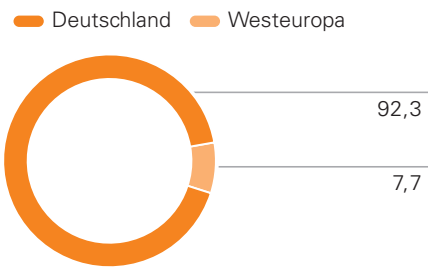
Umsatz Media Markt und Saturn 2005 nach Regionen in Prozent



Galeria Kaufhof

Die Galeria Kaufhof Warenhäuser waren mit ihrem anspruchsvollen Sortiment im Geschäftsjahr 2005 von den negativen Einflüssen aus dem ungünstigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld sowie der Kaufzurückhaltung der Verbraucher besonders betroffen. Der Umsatz der Vertriebslinie lag Ende 2005 mit 3,6 Mrd. € um 5,1 Prozent, beziehungsweise flächenbereinigt um 4,8 Prozent, unter dem Vorjahresniveau von 3,8 Mrd. €. Kaufhof hat mit Blick auf diese rückläufige Entwicklung im Inlandsgeschäft die Neuausrichtung des Galeria-Konzepts forciert.

**Umsatz Galeria Kaufhof 2005
nach Regionen in Prozent**



Es ist unter anderem die Aufnahme weiterer imagestarker Premiummarken in das Sortiment geplant. Außerdem wurden neue, zielgruppenspezifische Eigenmarken in das Sortiment der Warenhäuser aufgenommen. Die Attraktivität von Kaufhof als leistungsstarker, lifestyleorientierter Anbieter soll gesteigert und mit einem aufmerksamkeitsstarken Werbeauftritt unterstrichen werden.

Im Gegensatz zum Inlandsgeschäft verzeichneten die belgischen Galeria Inno-Warenhäuser von Kaufhof in 2005 eine weiterhin positive Umsatzentwicklung. Sie steigerten ihren Umsatz um 8,0 Prozent auf 277 Mio. €. Dazu trugen insbesondere die im Herbst 2004 auf das Galeria-Konzept umgestellten Filialen Brüssel, Rue Neuve, und Lüttich bei.

Zum Ende des Berichtsjahres betrieb Kaufhof insgesamt 142 Warenhäuser, davon 101 Galeria-Filialen.

Sonstige

Der Umsatzzuwachs der sonstigen Gesellschaften betrifft im Wesentlichen die erstmalige Einbeziehung der Adler Modemärkte GmbH in den Konzernabschluss der METRO Group.

Standortportfolio

Betriebsstätten pro Land

Land	Metro C&C		Real (einschl. Extra)		Media Markt und Saturn		Galeria Kaufhof		Sonstige Gesellschaften		METRO Group	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Deutschland	117	114	552	708	318	302	127	132	313	207	1.427	1.463
Belgien	9	8			9	5	15	15			33	28
Dänemark	4	4									4	4
Frankreich	84	83			24	22					108	105
Italien	46	42			65	58					111	100
Luxemburg									2	0	2	0
Niederlande	16	16			21	16					37	32
Österreich	12	12			25	24			20	7	57	43
Portugal	10	10			4	1					14	11
Schweiz					16	14					16	14
Spanien	33	30			29	22					62	52
Vereinigtes Königreich	33	33									33	33
Westeuropa gesamt¹	247	238			193	162	15	15	22	7	477	422
Bulgarien	7	7									7	7
Griechenland	7	6			1	0					8	6
Kroatien	5	3									5	3
Moldawien	1	1									1	1
Polen	22	21	30	27	31	26					83	74
Rumänien	23	21									23	21
Russland	22	14	3	0							25	14
Serbien und Montenegro	3	0									3	0
Slowakei	5	5									5	5
Tschechien	12	11									12	11
Türkei	9	9	7	7							16	16
Ukraine	8	4									8	4
Ungarn	13	13			15	13					28	26
Osteuropa gesamt	137	115	40	34	47	39					224	188
China	27	23									27	23
Indien	2	2									2	2
Japan	2	2									2	2
Vietnam	6	4									6	4
Marokko	6	6									6	6
Asien, Afrika gesamt	43	37									43	37
Ausland	427	390	40	34	240	201	15	15	22	7	744	647
Gesamt	544	504	592	742	558	503	142	147	335	214	2.171	2.110

¹Ohne Deutschland

EBIT

Die METRO Group erzielte im Geschäftsjahr 2005 ein EBIT aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von 1.737,9 Mio. €. Der vergleichbare Vorjahreswert in Höhe von 1.723,3 Mio. € wurde damit um 0,8 Prozent übertroffen. Dabei stand einem deutlichen Ergebnismrückgang in Deutschland um 28,4 Prozent auf 534,6 Mio. €, der insbesondere aus der negativen Geschäftsentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel resultierte, ein signifikanter Ergebnisanstieg im Ausland um 17,3 Prozent auf 1.213,8 Mio. € gegenüber. Besonders hohe Ergebniszuwächse erzielte die METRO Group in den aufstrebenden Ländern Osteuropas.

Das EBITDA des Konzerns erhöhte sich von 2.844 Mio. € auf 2.938 Mio. €.

Ergebnisentwicklung der Vertriebslinien

Die Vertriebslinie **Metro Cash & Carry** konnte im Jahr 2005 das Ergebnis trotz gestiegener Anlaufverluste und höherer Investitionen im Zuge der forcierten Expansion weiter steigern. Das EBIT wuchs von 963,2 Mio. € um 5,1 Prozent auf 1.012,5 Mio. €. Diese Ergebnisentwicklung basiert insbesondere auf der guten Entwicklung des Auslandsgeschäfts, vor allem in Osteuropa, und unterstreicht die insgesamt hohe Ertragsstärke der Großhandelsmärkte.

Die im Lebensmitteleinzelhandel tätige Vertriebslinie **Real** verzeichnete einschließlich Extra im Jahr 2005 einen Rückgang des EBIT von 135,5 Mio. € um 147,2 Mio. € auf -11,7 Mio. €. Ursächlich hierfür war insbesondere die rückläufige Geschäftsentwicklung der Real SB-Warenhäuser in Deutschland, die maßgeblich durch Umsatzrückgänge und zusätzliche Aufwendungen zur Stabilisierung der Kundenfrequenz beeinflusst wurde. In Osteuropa standen einem positiven Ergebnisbeitrag der Real-Märkte in Polen Anlaufkosten im Zuge des Markteintritts der Vertriebslinie in Russland sowie Vorlaufkosten für den geplanten

Entwicklung des Konzern-EBIT und des EBIT der Vertriebslinien aus fortgeführten Aktivitäten

	2005 Mio. €	2004 ¹ Mio. €	Veränderungen	
			Mio. €	%
Metro Cash & Carry	1.012,5	963,2	49,3	5,1
Real (einschl. Extra)	-11,7	135,5	-147,2	-
Media Markt und Saturn	509,8	451,9	57,9	12,8
Galeria Kaufhof	69,2	56,8	12,4	21,8
Sonstige	158,1	115,9	42,2	36,4
EBIT METRO Group	1.737,9	1.723,3	14,6	0,8
Finanzergebnis	-379,9	-463,2	83,3	18,0
Ergebnis vor Steuern	1.358,0	1.260,1	97,9	7,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-739,8	-402,5	-337,3	-83,8
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	618,2	857,6	-239,4	-27,9

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden, vgl. Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Markteintritt in Rumänien gegenüber. Die Extra-Verbrauchermärkte zeigten nach der erfolgreichen Bereinigung des Standortportfolios eine Ergebnisverbesserung.

Media Markt und Saturn konnten das EBIT im abgelaufenen Geschäftsjahr von 451,9 Mio. € um 12,8 Prozent auf 509,8 Mio. € steigern. Dabei erzielten die Elektrofachmärkte sowohl in Deutschland als auch auf den Auslandsmärkten, insbesondere in Spanien, Italien und Polen, bei hoher Wettbewerbsintensität weitere Ergebniszuwächse. Die Dynamik der EBIT-Entwicklung, die trotz des beachtlichen Expansionstempos erreicht werden konnte, verdeutlicht die anhaltende hohe Ertragsstärke von Media Markt und Saturn und die Fähigkeit der Vertriebslinie, ihr erfolgreiches Vertriebskonzept europaweit umzusetzen.

Im Zuge weiter optimierter Kostenstrukturen lag das EBIT von **Galeria Kaufhof** bei 69,2 Mio. € nach 56,8 Mio. € im Vorjahr.

Die belgische Warenhauskette **Galeria Inno** erwirtschaftete ein EBIT auf Vorjahresniveau.

Der EBIT-Zuwachs der sonstigen Gesellschaften resultiert im Wesentlichen aus der erstmaligen Einbeziehung der Adler Modemärkte GmbH in den Konzernabschluss der METRO Group.

Konzerngewinn und Ergebnis je Aktie

Das Periodenergebnis (Konzernjahresüberschuss) 2005 lag mit 649 Mio. € um 30,0 Prozent unter dem adjustierten Wert des Vorjahres. Nach Abzug der Ergebnisanteile anderer Gesellschafter verbleibt ein auf die Aktionäre der METRO AG entfallender Konzerngewinn von 531 Mio. €.

		2005	2004 ¹	Veränderung ¹	
				absolut	%
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	618	858	-240	-27,9
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	31	69	-38	-55,0
Periodenergebnis	Mio. €	649	927	-278	-30,0
Den Minderheitengesellschaftern zuzurechnender Gewinn	Mio. €	118	99	19	18,8
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnender Gewinn	Mio. €	531	828	-297	-35,8
Ergebnis je Aktie ²	€	1,63	2,53	-0,90	-35,8
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Aktivitäten vor Abschreibungen latenter Steuerforderungen auf Verlustvorträge von Real Deutschland	€	2,47	2,32	0,15	6,5

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

²Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten und nach Anteilen der Minderheitengesellschafter

Die METRO Group erzielte im Geschäftsjahr 2005 ein Ergebnis je Aktie von 1,63 €. Bereinigt um die Abschreibung aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge von Real Deutschland in Höhe von 307 Mio. € lag der Wert bei 2,47 €. Dies entspricht einer Steigerung um 6,5 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert.

Ein Verwässerungseffekt war weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr gegeben.

Der Berechnung war im Geschäftsjahr 2005 wie im Vorjahr eine gewichtete Anzahl von 326.787.529 Aktien zu Grunde gelegt. Auf diese Aktienanzahl wurde der den Aktionären zustehende Konzerngewinn von 531 Mio. € verteilt.

Bilanzgewinn der METRO AG und Gewinnverwendung

Die METRO AG hat im Berichtsjahr Beteiligungsergebnisse in Höhe von 660,1 Mio. € vereinnahmt gegenüber 828,6 Mio. € im Vorjahr. Unter Einbeziehung von sonstigen Erträgen, Aufwendungen und Steuern sowie nach Entnahme von 200,0 Mio. € aus den Gewinnrücklagen weist sie einen Bilanzgewinn von 337,5 Mio. € gegenüber 356,0 Mio. € im Jahr 2004 aus.

Der Vorstand der METRO AG schlägt der Hauptversammlung vor, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 337,5 Mio. € eine Dividende in Höhe von 333,6 Mio. € auszuschütten und den verbleibenden Betrag von 3,9 Mio. € auf neue Rechnung vorzutragen. In dem Bilanzgewinn von 337,5 Mio. € ist ein Gewinnvortrag von 22,4 Mio. € enthalten. Die Dividende beträgt

- 1,020 € je Stammaktie und
- 1,122 € je Vorzugsaktie.

Wertschöpfungsrechnung

Mit der Wertschöpfungsrechnung erklärt die METRO Group die Entstehung und Verwendung der wirtschaftlichen Leistung im Geschäftsjahr 2005 gegenüber dem Vorjahr. Die Wertschöpfung wird ermittelt, indem von der Unternehmensleistung (Umsatzerlöse und sonstige Erträge) die notwendigen Vorleistungen für Materialaufwand, Abschreibungen und sonstige Aufwendungen abgezogen werden. Der Entstehung der Wertschöpfung wird ihre Verwendung gegenübergestellt. Hierbei wird dokumentiert, in welchem Umfang der Wertschöpfungsbetrag auf die jeweiligen Interessengruppen verteilt wird. Diese Darstellung spiegelt die volkswirtschaftliche Leistungskraft der METRO Group wider.

Die Unternehmensleistung erhöhte sich im Berichtsjahr aufgrund des Umsatzwachstums der METRO Group um 4,2 Prozent auf 57.349 Mio. €. Nach Abzug der Vorleistungen für Materialaufwand, Abschreibungen

Entstehung der Wertschöpfung	2005		2004 ¹		2005-2004
	Mio. €	%	Mio. €	%	Delta %
Umsatzerlöse	55.722	97,2	53.475	97,1	4,2
Sonstige Erträge	1.627	2,8	1.570	2,9	3,6
Unternehmensleistung	57.349	100,0	55.045	100,0	4,2
Materialaufwand	43.951	76,6	42.283	76,7	3,9
Abschreibungen	1.212	2,1	1.122	2,0	8,0
Sonstige Aufwendungen	4.409	7,7	3.851	7,0	14,5
Wertschöpfung	7.777	13,6	7.789	14,3	-0,2

Verwendung der Wertschöpfung	2005		2004 ¹		2005-2004
	Mio. €	%	Mio. €	%	Delta %
Aktionäre	334	4,4	334	4,3	0,0
Mitarbeiter	5.976	76,8	5.727	73,5	4,3
Öffentliche Hand	524	6,7	489	6,3	7,2
Kreditgeber ²	628	8,1	646	8,3	-2,8
Anteile der Minderheiten- gesellschafter	118	1,5	99	1,3	19,2
Unternehmen (Thesaurierung)	197	2,5	494	6,3	-60,1
Wertschöpfung	7.777	100,0	7.789	100,0	-0,2

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

²Inklusive des Zinsaufwands für Pensionsrückstellungen

und sonstige Aufwendungen betrug die Wertschöpfung der METRO Group 7.777 Mio. € beziehungsweise 13,6 Prozent der Unternehmensleistung. Damit lag die Wertschöpfung auf dem Niveau des Vorjahres.

Von der Wertschöpfung entfallen 5.976 Mio. € auf die Mitarbeiter und 334 Mio. € auf die Aktionäre. 628 Mio. € werden für die Kreditgeber verwendet, 524 Mio. € für die öffentliche Hand und 118 Mio. € stehen den Minderheitengesellschaftern zu. Der Betrag von 197 Mio. € verbleibt als Rücklagen im Unternehmen.

Entwicklung des EVA

Die METRO Group erzielte im Jahr 2005 wiederum einen positiven EVA und setzte damit ihr Geschäftsvermögen erfolgreich ein. Der EVA der METRO Group erreichte 305 Mio. € nach 318 Mio. € im Vorjahr. Mit Ausnahme von Real konnten alle Vertriebslinien eine deutliche Verbesserung ihres EVA gegenüber dem Vorjahr erzielen. Der RoCE („Return on Capital Employed“) lag mit 8,0 Prozent auf Vorjahresniveau.

	Geschäfts- ergebnis Mio. €	Geschäfts- vermögen Mio. €	EVA Mio. €	RoCE %	Delta- EVA ¹ Mio. €
Metro Cash & Carry	820	6.636	389	12,4	12
Real (einschl. Extra)	94	5.900	-289	1,6	-124
Media Markt und Saturn	397	2.029	265	19,6	17
Galeria Kaufhof	78	1.605	-27	4,8	11
Sonstige	260	4.504	-33	5,8	85
METRO Group	1.649	20.674	305	8,0	1

¹Dem Delta-EVA liegen adjustierte Vorjahreswerte zu Grunde

Das Geschäftsvermögen sank unter Berücksichtigung des Börsengangs von Praktiker auf 20,7 Mrd. €, die Kapitalkosten verringerten sich dadurch um 58 Mio. € auf 1.344 Mio. €. Das Geschäftsergebnis reduzierte sich um 71 Mio. € auf 1.649 Mio. €. Die Umsatzrendite, bezogen auf das Geschäftsergebnis, beträgt unverändert zum Vorjahr 3,0 Prozent. Der Kapitalumschlag lag mit 2,7 knapp über dem Niveau des Vorjahres.

Finanzlage

Finanzmanagement

Konzernfinanzierung

Das Finanzmanagement der METRO Group wird zentral durch die METRO AG wahrgenommen. Die METRO AG übernimmt die Aufgabe, für die Gesellschaften der METRO Group eine stets ausreichende und kostengünstige Deckung des Finanzbedarfs sowohl für das operative Geschäft als auch für Investitionen sicherzustellen. Die hierfür erforderlichen Informationen werden durch eine alle relevanten Gesellschaften erfassende, quartalsweise aktualisierte, rollierende Konzernfinanzplanung bereitgestellt und einer monatlichen Abweichungsanalyse unterzogen. Diese Finanzplanung mit einem Planungshorizont von 12 Monaten wird zusätzlich um eine wöchentlich rollierende 14-Tages-Liquiditätsplanung ergänzt.

Die Vermittlung und Verbürgung von Krediten sowie die Gewährung von Finanzierungshilfen in Form von Garantien und Patronatserklärungen für Konzerngesellschaften werden ebenfalls durch die METRO AG gesteuert. Für sämtliche Finanzaktivitäten gelten konzernweit folgende Grundsätze:

Finanzielle Einheit

Der Konzern tritt nach außen als finanzielle Einheit auf und kann dadurch seine Konditionen an den Finanzmärkten optimieren. Dabei haben die Interessen der METRO Group insgesamt immer Vorrang vor den Interessen der einzelnen Konzerngesellschaften.

Finanzieller Handlungsspielraum

Im Verhältnis zu Banken und anderen Geschäftspartnern im Finanzbereich wird bei allen finanzwirtschaftlichen Entscheidungen der METRO Group stets der Handlungsspielraum des Konzerns gewahrt. Im Rahmen der Bankenpolitik sind Limite so definiert, dass der Konzern jederzeit einen Finanzpartner durch einen anderen ersetzen kann.

Zentrales Risikomanagement

Die Finanzgeschäfte der METRO Group orientieren sich entweder an einem Finanzierungsbedarf oder werden zur Absicherung von risikobehafteten Grundgeschäften abgeschlossen. Das Gesamtportfolio aller Finanzgeschäfte der METRO Group wird von der METRO AG überwacht.

Risiko-Überwachung

Mögliche Auswirkungen von Veränderungen der finanzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Konzern, wie zum Beispiel Zinssatz- oder Devisenkursänderungen, werden regelmäßig im Rahmen von Szenario-Analysen quantifiziert. Offene Risikopositionen, zum Beispiel der Abschluss von Finanztransaktionen ohne korrespondierendes Grundgeschäft, dürfen ausschließlich nach entsprechender Freigabe durch den Vorstand der METRO AG gehalten werden.

Zugelassene Vertragspartner

Für Finanzgeschäfte der METRO Group kommen ausschließlich Vertragspartner in Frage, die durch die METRO AG zugelassen sind. Die Bonität dieser Vertragspartner wird kontinuierlich überprüft. Die Überwachung der eingerichteten Limite erfolgt durch das im Bereich Finanzen der METRO AG angesiedelte Risikocontrolling.

Freigabepflicht

Alle Finanzgeschäfte der METRO Group werden grundsätzlich mit der METRO AG abgeschlossen. Sofern dies aus rechtlichen Gründen nicht möglich ist, werden diese Geschäfte direkt zwischen einer Konzerngesellschaft und einem Finanzpartner abgeschlossen, jedoch erst nach Freigabe durch die METRO AG.

Revisionsicherheit

In der METRO Group gilt grundsätzlich das Vier-Augen-Prinzip. Abläufe und Verantwortlichkeiten sind in konzernweit geltenden Richtlinien festgelegt. Der Abschluss von Finanzgeschäften ist organisatorisch von der Abwicklung und Kontrolle getrennt.

Finanzmarktkommunikation und Rating

Von entscheidender Bedeutung für die erfolgreiche Nutzung des Fremdkapitalmarkts zur Konzernfinanzierung ist eine offene Kommunikation mit den Marktteilnehmern und den Ratingagenturen. So dient beispielsweise das Rating zur Kommunikation der Bonität der METRO Group gegenüber potenziellen Fremdkapitalinvestoren. Die aktuellen Bewertungen der METRO Group durch die beiden Ratingagenturen sind:

Kategorie	2005		2004	
	Moody's	Standard & Poor's	Moody's	Standard & Poor's
Langfristig	Baa2	BBB	Baa1	BBB
Kurzfristig	P-2	A-2	P-2	A-2
Ausblick	stabil	stabil	negativ	stabil

Durch die bestehenden Einstufungen der Ratingagenturen stehen der METRO Group alle Fremdfinanzierungsmärkte offen. Die von Moody's vorgenommene Anpassung des Ratings im November 2005 wurde von den Finanzmärkten neutral aufgenommen.

Finanzierungsmaßnahmen

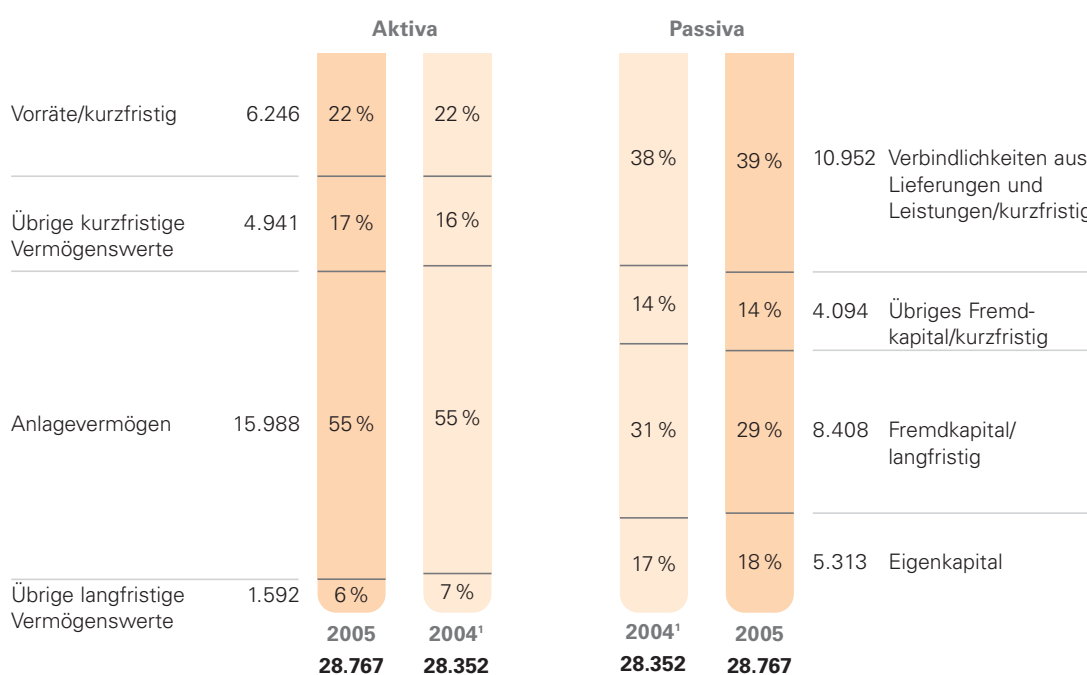
Der langfristigen Finanzierung dient das bereits im Jahr 2000 aufgelegte „Debt Issuance Programme“. Die im Rahmen dieses Programms im Oktober 2004 emittierte variabel verzinsliche Anleihe mit einem Nominalvolumen von 500 Mio. € und einer Laufzeit von fünf Jahren ist im Januar 2005 um 250 Mio. € aufgestockt worden.

Für die kurz- und mittelfristige Finanzierung werden zum einen kapitalmarktübliche Daueremissionsprogramme genutzt. Dazu zählt das im Jahr 1999 aufgelegte „Euro Commercial Paper“ sowie ein weiteres „Commercial Paper Programm“. Beide Programme wurden im Berichtsjahr durchschnittlich in Höhe von insgesamt 1.600 Mio. € ausgenutzt. Zum anderen wurden syndizierte Konsortialkreditlinien im Jahr 2005 im Durchschnitt in Höhe von 1.000 Mio. € in Anspruch genommen, zum Bilanzstichtag bestehende bilaterale Bankkreditlinien wurden insgesamt in Höhe von 1.545 Mio. € genutzt.

Weitergehende Informationen zu Finanzierungsprogrammen und Kreditlinien sind im Konzernanhang, Nummer 33 („Finanzielle Schulden“) enthalten.

Kapitalstruktur

Kapitalstruktur der METRO Group in Mio. €



¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

Die Konzernbilanz der METRO Group weist per Ende 2005 ein Eigenkapital von 5.313 Mio. € aus gegenüber 4.849 Mio. € im Vorjahr. Der Eigenkapitalanstieg ist auf die Erhöhung der Gewinnrücklagen zurückzuführen, die unter Berücksichtigung der Dividendenzahlung 2004 im Wesentlichen aus dem Einstellen des den Anteilseignern der METRO AG zustehenden Periodengewinns resultiert. Die Eigenkapitalquote ist um 1,4 Prozentpunkte auf 18,5 Prozent gestiegen. Der Anteil der Gewinnrücklagen am Eigenkapital beträgt 32,4 Prozent gegenüber 26,9 Prozent im Vorjahr.

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2005	31.12.2004 ¹
Eigenkapital	28	5.313	4.849
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.721	1.302
Minderheitenanteile am Eigenkapital		206	161

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

Die bilanzielle Nettoverschuldung nach Saldierung der verzinslichen Aktiva und Passiva inklusive Finanzierungsleasing beträgt 5.869 Mio. € nach 5.695 Mio. € im Jahr 2004. Die langfristigen finanziellen Schulden gingen im Berichtsjahr um 372 Mio. € auf 6.046 Mio. € zurück, während sich die kurzfristigen Finanzschulden um 206 Mio. € auf 1.590 Mio. € erhöhten. Die Zahlungsmittel sanken im Geschäftsjahr 2005 um 340 Mio. € auf 1.767 Mio. €. Die Fremdkapitalquote hat sich um 1,4 Prozentpunkte auf 81,5 Prozent verringert. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich in 2005 um 181 Mio. € auf 10.952 Mio. €. Dieser Anstieg korrespondiert mit dem Umsatzwachstum der Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn. Die kurzfristigen Schulden belaufen sich auf 64,2 Prozent des gesamten Fremdkapitals nach 62,4 Prozent im vorangegangenen Geschäftsjahr.

Informationen zur Fälligkeits-, Währungs- und Zinsstruktur der finanziellen Schulden sowie zu Kreditlinien sind im Konzernanhang, Nummer 33 („Finanzielle Schulden“) enthalten.

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2005	31.12.2004 ¹
Langfristige Schulden		8.408	8.844
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	29	995	1.006
Sonstige Rückstellungen	30	447	469
Finanzielle Schulden	33	6.046	6.418
Sonstige Verbindlichkeiten	34	433	423
Latente Steuerschulden	24	487	528
Kurzfristige Schulden		15.046	14.659
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	32	10.952	10.771
Rückstellungen	30	288	310
Finanzielle Schulden	33	1.590	1.384
Sonstige Verbindlichkeiten	34	1.967	1.916
Ertragsteuerschulden		249	278

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

Investitionen/Desinvestitionen

Die Investitionen der METRO Group beliefen sich im Geschäftsjahr 2005 insgesamt auf 2,1 Mrd. € und lagen um 394 Mio. € über dem Niveau des Vorjahres. Mehr als die Hälfte des gesamten Investitionsvolumens wurde für die fortgesetzte internationale Expansion der besonders umsatz- und ertragsstarken Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn eingesetzt.

Metro Cash & Carry hat im Berichtsjahr insgesamt 900 Mio. € investiert, gegenüber 619 Mio. € im Vorjahr. Im Jahr 2005 konzentrierten sich die Investitionen vor allem auf die beschleunigte Expansion des Unternehmens in Osteuropa. Insgesamt realisierte Metro Cash & Carry weltweit 43 Neueröffnungen, unter anderem acht neue Märkte in Russland sowie vier Märkte in der Ukraine. In China wurde das bestehende Filialnetz um vier neue Märkte, in Vietnam um zwei neue Märkte erweitert. In Westeuropa investierte Metro Cash & Carry ebenfalls in die weitere Verdichtung des Standortnetzes. Außerdem wurden in diesem Wirtschaftsraum zahlreiche Maßnahmen zur Modernisierung der Märkte durchgeführt. In Deutschland wurde das Filialnetz durch die Eröffnung von vier neuen Schaper-Märkten erweitert.

Im Lebensmitteleinzelhandel stiegen die Investitionen im Geschäftsjahr 2005 insbesondere durch den Markteintritt von Real in Russland und die Vorbereitung des Markteintritts von Real in Rumänien auf 266 Mio. € nach 128 Mio. € im Vorjahr.

Die Investitionen der Elektrofachmärkte von Media Markt und Saturn lagen im Jahr 2005 bei 315 Mio. € und damit um 54 Mio. € über Vorjahresniveau. Sie wurden insbesondere für die Eröffnung von 56 neuen Märkten sowie den Markteintritt in Griechenland und für Modernisierungsmaßnahmen von Elektrofachmärkten in Deutschland getätigt.

Die Investitionen von Galeria Kaufhof beliefen sich im Geschäftsjahr 2005 auf 96 Mio. € und lagen damit um 24 Mio. € unter Vorjahresniveau. Im Vordergrund stand dabei die Modernisierung weiterer Warenhäuser auf Basis des Galeria-Konzepts in Deutschland und Belgien.

Das Investitionsvolumen der sonstigen Gesellschaften lag im Berichtsjahr mit 561 Mio. € um 55 Mio. € unter dem Vorjahresniveau. Der überwiegende Teil dieser Investitionen entfiel auf Immobiliengesellschaften. Im Vordergrund standen hierbei die Modernisierung bestehender Immobilien und die Entwicklung neuer Immobilienstandorte, die hauptsächlich an Vertriebslinien der METRO Group weitervermietet werden.

Angaben zu Investitionsverpflichtungen, die sich auf insgesamt rund 342 Mio. € belaufen, sind im Konzernanhang in Nummer 19 („Sonstige immaterielle Vermögenswerte“) und 20 („Sachanlagen“) sowie in Nummer 40 („Sonstige finanzielle Verpflichtungen“) enthalten.

Wesentliche Desinvestitionen waren die Veräußerung von Anteilen an der Praktiker Bau- und Heimwerkmärkte Holding AG im Zuge des Börsengangs sowie die Veräußerung von 53 von Praktiker genutzten

Immobilien. Dadurch erzielte die METRO Group einen Erlös in Höhe von insgesamt rund 840 Mio. € und ein Ergebnis nach Steuern in Höhe von -31 Mio. €. Nähere Angaben sind im Konzernanhang, Nummer 37 („Nicht fortgeführte Aktivitäten“) enthalten. Eine weitere Desinvestition stellte die Abgabe von Extra-Märkten im Zusammenhang mit der regionalen Fokussierung der Verbrauchermarktkette dar. Desinvestitionen werden im folgenden Abschnitt „Konzern-Kapitalflussrechnung“ sowie im Konzernanhang in Nummer 35 („Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung“) aufgeführt.

Konzern-Kapitalflussrechnung¹

Die Kapitalflussrechnung dient der Ermittlung und Darstellung des Zahlungsmittelflusses, den die METRO Group im Geschäftsjahr aus laufender Geschäfts-, Investitions- und Finanztätigkeit erwirtschaftet oder verwendet hat. Außerdem beschreibt sie den Zahlungsmittelbestand zu Beginn und zum Ende des Geschäftsjahres. Infolge des Börsengangs von Praktiker und des Verkaufs der von Praktiker genutzten Immobilien werden die Cash Flows dieser nicht fortgeführten Aktivitäten separat ausgewiesen.

Mio. €	2005	2004 ²
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten	2.034	2.755
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit der nicht fortgeführten Aktivitäten	150	96
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit gesamt	2.184	2.851
Cash Flow aus Investitionstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten ³	-1.125	-1.303
Cash Flow aus Investitionstätigkeit der nicht fortgeführten Aktivitäten	-43	-32
Cash Flow aus Investitionstätigkeit gesamt	-1.168	-1.335
Cash Flow aus Finanztätigkeit der fortgeführten Aktivitäten	-1.392	-907
Cash Flow aus Finanztätigkeit der nicht fortgeführten Aktivitäten	23	-83
Cash Flow aus Finanztätigkeit gesamt	-1.369	-990
Summe der Cash Flows	-353	526
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel	13	0
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel	-340	526
Zahlungsmittel 1. Januar gesamt	2.107	1.581
Zahlungsmittel 31. Dezember gesamt	1.767	2.107
Abzüglich Zahlungsmittel zum 31. Dezember aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	-45
Zahlungsmittel zum 31. Dezember aus fortgeführten Aktivitäten	1.767	2.062

¹Verkürzte Fassung. Die vollständige Fassung ist im Konzernabschluss enthalten und im Konzernanhang, Nummer 35 („Erläuterung zur Kapitalflussrechnung“) erläutert

²Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

³Ohne Finanzierungs-Leasing sowie nach Desinvestitionen

Aus der laufenden Geschäftstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten konnten im Berichtsjahr 2.034 Mio. € (Vorjahr 2.755 Mio. €) generiert werden. Die Abnahme des Cash Flows resultiert zu einem wesentlichen Teil aus den geringeren Mittelzuflüssen aus Veränderungen des Netto-Betriebsvermögens. Aus dem

Bereich der Investitionstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten ist im Berichtsjahr ein Mittelabfluss von 1.125 Mio. € (Vorjahr 1.303 Mio. €) zu verzeichnen. Gestiegenen Investitionen standen vor allem die Mittelzuflüsse aus der Desinvestition Praktiker gegenüber.

Der Cash Flow aus Finanztätigkeit der fortgeführten Aktivitäten weist einen Mittelabfluss von 1.392 Mio. € (Vorjahr 907 Mio. €) aus. Der höhere Mittelabfluss basiert im Wesentlichen auf der deutlich geringeren Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten.

Vermögenslage

Im Geschäftsjahr 2005 erhöhte sich die Bilanzsumme um 415 Mio. € auf 28.767 Mio. €. Bei den langfristigen Vermögenswerten war im Geschäftsjahr 2005 ein Anstieg um 128 Mio. € auf 17.580 Mio. € zu verzeichnen, während die kurzfristigen Vermögenswerte um 287 Mio. € auf 11.187 Mio. € zunahmen.

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2005	31.12.2004 ¹
Langfristige Vermögenswerte		17.580	17.452
Geschäfts- oder Firmenwerte	18	4.154	4.132
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	19	433	394
Sachanlagen	20	11.037	10.560
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	21	228	256
Finanzielle Vermögenswerte	22	136	143
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	23	482	422
Latente Steueransprüche	24	1.110	1.545

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

Im Wesentlichen sind im Berichtsjahr im Rahmen der Erstkonsolidierung der Adler-Modemärkte 312 Mio. € und durch die Aufstockung der Anteile von Metro Cash & Carry China 13 Mio. € als Geschäfts- oder Firmenwerte zugegangen. Der Börsengang der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG führte zu einem Abgang von Firmenwerten in Höhe von 326 Mio. €. Die Zunahme bei den Sachanlagen resultiert zum einen aus den Zugängen zum Konsolidierungskreis, die im Wesentlichen die Adler-Modemärkte (131 Mio. €) und Immobiliengesellschaften (99 Mio. €) betreffen, zum anderen aus der Eröffnung neuer Märkte der Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn. Gegenläufig wirkten sich hauptsächlich Abgänge und Entkonsolidierungen im Zusammenhang mit nicht fortgeführten Aktivitäten aus. Die Veränderung der sonstigen Forderungen und Vermögenswerte in Höhe von 60 Mio. € ist weitgehend auf abgegrenzte Mietvorauszahlungen zurückzuführen, die bei Abschluss von Leasingverträgen zu leisten

waren. Die aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen betragen 1.110 Mio. € und sind im Vergleich zum Vorjahr um 435 Mio. € gesunken. Der Rückgang ist zum größten Teil auf den Börsengang von Praktiker und die Abschreibung aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge von Real Deutschland zurückzuführen.

Mio. €	Anhang Nr.	31.12.2005	31.12.2004 ¹
Kurzfristige Vermögenswerte		11.187	10.900
Vorräte	25	6.246	6.272
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	367	355
Finanzielle Vermögenswerte		13	28
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	23	2.200	1.936
Ertragsteuererstattungsansprüche		253	202
Zahlungsmittel	27	1.767	2.107
Zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte	37	341	-

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

Das Vorratsvermögen hat sich nur geringfügig verändert. Einer Zunahme bei den Handelswaren Food in Höhe von 104 Mio. € steht eine Abnahme bei den Handelswaren Nonfood in Höhe von 130 Mio. € gegenüber. Die sonstigen Forderungen und Vermögenswerte (kurzfristig) sind um 264 Mio. € auf 2.200 Mio. € gestiegen. Diese Zunahme basiert insbesondere auf einem Anstieg der Forderungen an Lieferanten. Die Zahlungsmittel haben sich um 340 Mio. € auf 1.767 Mio. € verringert, wobei dieser Rückgang zum größten Teil auf die Abnahme der Guthaben bei Kreditinstituten zurückzuführen ist. Der noch nicht veräußerte Anteil an der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG in Höhe von 40,52 Prozent ist in der Bilanz als zur Veräußerung vorgesehener langfristiger Vermögenswert ausgewiesen, unter Berücksichtigung von Veräußerungskosten bewertet mit 14,50 € je Aktie.

Fazit zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Die METRO Group hat den Kurs profitablen Wachstums weiter fortgesetzt und ihre Position als eines der führenden internationalen Handelsunternehmen im Berichtsjahr weiter ausgebaut. Umsatz und EBIT wurden auf Konzernebene trotz rückläufiger Ergebnisse bei Real Deutschland weiter gesteigert. Das Ergebnis nach Steuern wurde durch eine einmalige Abschreibung latenter Steuerforderungen auf Verlustvorträge belastet. Das Unternehmen setzte die internationale Expansion konsequent fort. Der Auslandsanteil am Konzernumsatz hat die 50-Prozent-Marke deutlich überschritten.

Die METRO Group hat ihr Portfolio mit dem Börsengang von Praktiker erfolgreich fokussiert.

Die Eigenkapitalquote der METRO Group erhöhte sich von 17,1 Prozent auf 18,5 Prozent. Die Investitionen stiegen um 394 Mio. € auf 2,1 Mrd. €. Die METRO Group verfügt weiterhin über eine solide Finanzierungsbasis. Die Bilanzsumme erhöhte sich von 28,4 Mrd. € auf 28,8 Mrd. €. Sowohl die langfristigen als auch die kurzfristigen Vermögenswerte nahmen zu, bei einem leichten Rückgang des Vorratsvermögens.

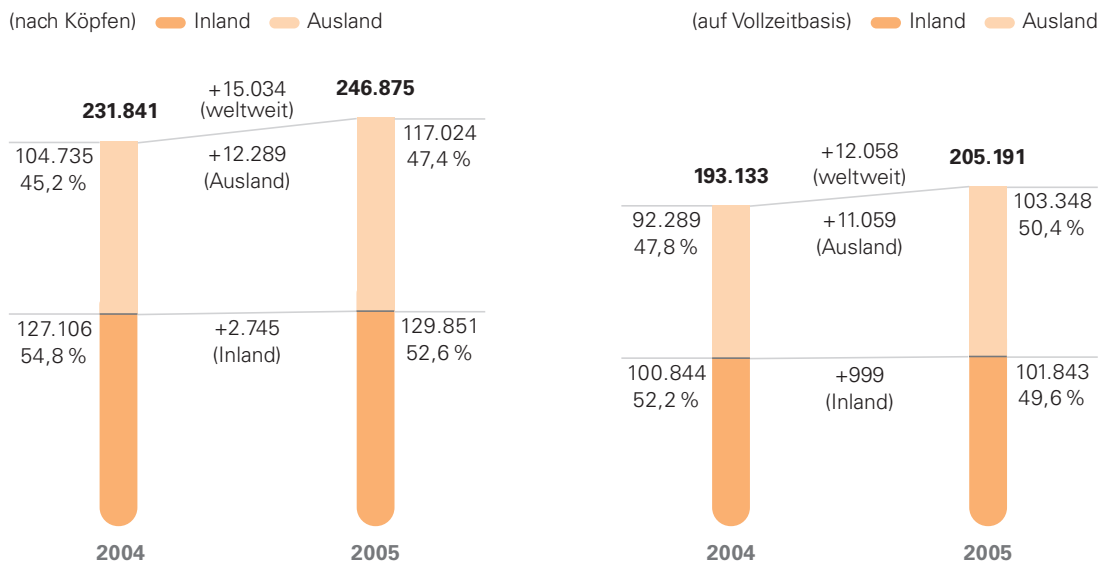
Mitarbeiter

METRO Group schafft Arbeitsplätze

Im Geschäftsjahr 2005 hat die METRO Group ihre Strategie profitablen Wachstums konsequent fortgesetzt. Als Folge der weiteren Expansion ist der Personalbedarf weiter gestiegen. Die Zahl der Vollzeitkräfte hat gegenüber dem Vorjahr um 6,2 Prozent beziehungsweise 12.058 auf 205.191 zugenommen. Insgesamt waren im Jahresdurchschnitt ohne Berücksichtigung der Auszubildenden 246.875 Arbeitnehmer bei der METRO Group beschäftigt. Das Unternehmen zählt damit zu den bedeutendsten Arbeitgebern der Branche.

Die Personalstruktur blieb weitgehend unverändert. 42,2 Prozent der Beschäftigten arbeiteten konzernweit im abgelaufenen Geschäftsjahr auf Teilzeitbasis; im Jahr davor hatte dieser Anteil bei 42,6 Prozent gelegen. Das Durchschnittsalter ist von 35,8 auf 36,0 Jahre gestiegen. Die Betriebszugehörigkeit der Beschäftigten verlängerte sich im Schnitt von 7,3 auf 7,4 Jahre.

Mitarbeiterstand 2005 der METRO Group im Vorjahresvergleich



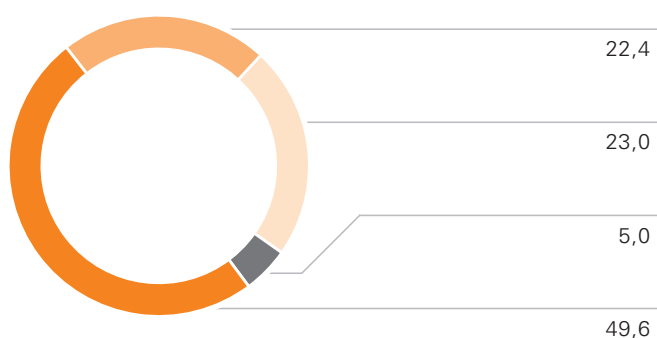
Zahl der Beschäftigten im Inland gestiegen – kräftiger Zuwachs im Ausland

In Deutschland hat die METRO Group ihren Personalbestand gegenüber dem Vorjahr im Jahresdurchschnitt um 999 Vollzeitkräfte auf 101.843 Beschäftigte aufgestockt. Im Ausland stieg im Zuge der Ausweitung der internationalen Geschäftstätigkeit die Zahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt um 11.059 Beschäftigte auf 103.348 Vollzeitkräfte. Der Anteil der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter der METRO Group erreichte damit im Geschäftsjahr 2005 50,4 Prozent. Im Jahr davor hatte die Quote bei 47,8 Prozent gelegen. Die überwiegende Zahl der außerhalb Deutschlands tätigen Mitarbeiter, nämlich

90,1 Prozent, arbeitete im europäischen Ausland, und zwar 45.994 Mitarbeiter in Westeuropa und 47.089 Beschäftigte in Osteuropa. Besonders deutlich ist der Personalbestand in Osteuropa als Folge eines verstärkten Engagements auf diesen Märkten gewachsen; er stieg um 17 Prozent. In Russland nahm die Zahl der Mitarbeiter gegenüber dem Vorjahr um 2.271, in der Ukraine um 1.606 und in Rumänien um 886 Mitarbeiter zu. In den asiatischen Ländern sowie in Afrika ist sie auf 10.265 Beschäftigte, das heißt um rund 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr, gestiegen.

Mitarbeiteranteil der METRO Group nach Regionen

(auf Vollzeitbasis) in Prozent



METRO Group gestaltet den demografischen Wandel mit vorausschauender Personalpolitik

Im Zuge der erwarteten demografischen Veränderungen wird das Erwerbstätigenpotenzial insbesondere auf dem deutschen Arbeitsmarkt abnehmen, innerhalb des Unternehmens das Durchschnittsalter der Arbeitnehmer steigen und der Anteil der Mitarbeiter ausländischer Herkunft wachsen. Die METRO Group gestaltet diesen Veränderungsprozess mit einer neuen Personalstrategie. Im Mittelpunkt steht dabei der Aufbau eines innerbetrieblichen Gesundheitsmanagements, mit dem im Geschäftsjahr 2005 begonnen wurde. Dadurch sollen die Gesundheit und Fitness aller Mitarbeiter gefördert und außerdem die Voraussetzungen für einen längeren Verbleib der Beschäftigten im aktiven Arbeitsprozess, bei gleichzeitiger Rückführung der Altersteilzeit, geschaffen werden. Weitere Schwerpunkte bilden neu konzipierte Angebote in den Bereichen „Ausbildung und Qualifikation“ sowie die innerbetriebliche Altersvorsorge, die die bestehenden tariflichen Regelungen ergänzt. Mit diesen Maßnahmen werden die Attraktivität der METRO Group als Arbeitgeber sowie die Mitarbeiterbindung gesteigert. Ein weiterer wichtiger Baustein der neuen Personalstrategie ist die Implementierung eines aktiven „Diversity Managements“, das der kulturellen Vielfalt der Mitarbeiter im Unternehmen gerecht wird.

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Vertriebslinien (auf Vollzeitbasis)¹

Land	Metro C&C		Real (einschl. Extra)		Media Markt und Saturn		Galeria Kaufhof		Sonstige Gesellschaften		METRO Group	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Deutschland	15.580	15.850	36.020	39.139	19.116	17.677	18.074	18.623	13.053	9.555	101.843	100.844
Belgien	2.682	2.829			635	375	1.335	1.363			4.652	4.566
Dänemark	505	505									505	505
Frankreich	8.252	8.118			1.459	1.281			7	6	9.718	9.405
Italien	4.340	4.409			4.212	3.838					8.553	8.248
Luxemburg									75		75	
Niederlande	3.147	3.018			1.543	1.353			7	6	4.696	4.377
Österreich	2.002	2.005			1.739	1.647			555	157	4.296	3.809
Portugal	1.892	1.874			247	98					2.139	1.972
Schweiz					985	927			83	103	1.068	1.030
Spanien	2.871	2.661			3.064	2.340					5.935	5.002
Vereinigtes Königreich	4.351	4.328							5	6	4.356	4.334
Westeuropa gesamt²	30.041	29.747			13.884	11.859	1.335	1.363	732	279	45.994	43.247
Bulgarien	1.999	1.882							2		2.001	1.882
Griechenland	1.104	1.095			55				4		1.162	1.095
Kroatien	1.028	823									1.028	823
Moldawien	306	83									306	83
Polen	5.682	5.306	5.436	5.607	2.967	2.394			378	347	14.463	13.654
Rumänien	6.079	5.228							35		6.114	5.228
Russland	5.979	4.220	571	76					31	14	6.581	4.310
Serbien und Montenegro	563	97									563	97
Slowakei	1.212	1.296									1.212	1.296
Tschechien	3.353	3.421									3.353	3.421
Türkei	1.818	1.687	1.064	1.064					196	201	3.078	2.951
Ukraine	2.693	1.087									2.693	1.087
Ungarn	3.321	3.205			1.208	1.003			7		4.537	4.207
Osteuropa gesamt	35.138	29.428	7.070	6.746	4.230	3.396			652	562	47.089	40.133
China	6.182	5.282							522	510	6.704	5.792
Indien	592	648									592	648
Japan	267	241									267	241
Singapur		3										3
Vietnam	1.658	1.210									1.658	1.210
Marokko	1.044	1.015									1.044	1.015
Asien, Afrika gesamt	9.743	8.400							522	510	10.265	8.909
Ausland	74.922	67.575	7.070	6.746	18.114	15.255	1.335	1.363	1.907	1.350	103.348	92.289
Gesamt	90.502	83.425	43.090	45.885	37.230	32.932	19.409	19.986	14.960	10.905	205.191	193.133

¹ Rundungsdifferenzen möglich² Ohne Deutschland

Ausbildungsquote weiter auf hohem Niveau

Mit ihrem vielfältigen Angebot für Berufsanfänger gehört die METRO Group zu den größten Ausbildern in Deutschland. In jedem Jahr erlernen mehrere Tausend Nachwuchskräfte bei den Vertriebslinien und Gesellschaften des Unternehmens einen von rund 20 attraktiven Ausbildungsberufen im Handel – vom Kaufmann im Einzelhandel bis zum Informationselektroniker. Leistungsbereite junge Menschen auszubilden und für eine berufliche Tätigkeit zu gewinnen, ist ein wichtiger gesellschaftspolitischer Beitrag und eine Investition in den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens. Rund 2.917 Schulabgänger haben im Jahr 2005 deutschlandweit eine Ausbildung bei der METRO Group begonnen. Die Zahl der neu eingestellten Auszubildenden erreichte damit erneut das hohe Niveau des Vorjahres. Die Gesamtzahl der Auszubildenden im Unternehmen in Deutschland ist im Jahresdurchschnitt um 6,4 Prozent auf 8.469 gestiegen. Die konsequente Umsetzung des Grundsatzes „Ausbildung geht vor Übernahme“ hatte bereits in den vergangenen Jahren zu einer kontinuierlichen Ausweitung des Lehrstellenangebots in der METRO Group geführt. Insgesamt stieg die Ausbildungsquote von rund 7,9 Prozent im Vorjahr auf 8,3 Prozent im Jahr 2005. Die METRO Group ist damit ihrer Ausbildungsverantwortung in vollem Umfang gerecht geworden und hat einen wichtigen Beitrag zur Erfüllung des Ausbildungspakts in Deutschland geleistet.

METRO Group startet Gesundheits-Offensive

Motivation und Gesundheit der Mitarbeiter sind für die Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft eines Unternehmens von großer Bedeutung. Durch Investitionen in die betriebliche Gesundheitsförderung trägt die METRO Group dazu bei, die Leistungs- und Arbeitsfähigkeit ihrer Mitarbeiter langfristig zu erhalten. Im Juni 2005 hat das Unternehmen die Gesundheits-Offensive „GO“ gestartet. Erfahrungen aus einem Pilotprojekt in vier Filialen fließen in die Entwicklung eines Konzepts zum betrieblichen Gesundheitsmanagement ein, das schrittweise im gesamten Unternehmen etabliert werden soll. Ziel ist es, den Mitarbeitern Gesundheitsbewusstsein und -kompetenz zu vermitteln, die Früherkennung und Prävention von Erkrankungen zu fördern sowie die Rehabilitation und Integration zu unterstützen.

Gesteigertes Interesse der Mitarbeiter an betrieblicher Altersvorsorge

Mit dem schwindenden Vertrauen in die gesetzliche Rentenversicherung wächst die Bedeutung der ergänzenden freiwilligen Altersvorsorge. Die METRO Group unterstützt ihre Mitarbeiter beim Aufbau einer solchen privaten Altersvorsorge im Rahmen des „Metro-Zukunftspakets“. Sie erfüllt dabei nicht nur die branchenüblichen tariflichen Standards, sondern sie gewährt darüber hinaus freiwillige Zusatzleistungen. Dies stärkt die Mitarbeiterbindung. Im Geschäftsjahr 2005 haben sich 61.000 Mitarbeiter in Deutschland für dieses Altersvorsorgemodell der METRO Group entschieden. Das entspricht einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr um 3.000 Mitarbeiter.

METRO Group fördert Chancengleichheit für alle Mitarbeiter und Bewerber

Im Rahmen des „Diversity Managements“ fördert die METRO Group ihre Beschäftigten nach Fähigkeit und Leistung. In der Vielfalt und Internationalität der Mitarbeiter erkennt das Unternehmen die Basis für nachhaltigen Geschäftserfolg. Als „Equal Opportunity Employer“ bietet die METRO Group allen

Mitarbeitern und Bewerbern gleiche Chancen, ungeachtet ihres Geschlechts und Alters, ihrer ethnischen Herkunft oder ihres Glaubens, ihrer sexuellen Identität oder möglicher Behinderungen.

Mit Galeria Kaufhof und Real haben im Jahr 2005 zwei Vertriebsmarken in Deutschland die gesetzliche Schwerbehindertenquote erreicht. Insgesamt beschäftigt die METRO Group hier zu Lande 4.375 Menschen mit anerkannter Schwerbehinderung (Vorjahr 4.082), darunter 72 Auszubildende. Die europäischen Betriebsräte haben zudem im Rahmen ihrer Jahrestagung erstmals Ansätze einer europäischen Schwerbehindertenpolitik diskutiert.

Weltweit arbeiten für die METRO Group Menschen aus mehr als 160 verschiedenen Ländern. Allein in Deutschland sind 135 Nationalitäten vertreten. Der Anteil der Frauen in Führungspositionen liegt bei rund 19 Prozent – seit 2002 ist er um 4,3 Prozent gestiegen. Die Quote bei den Neueinstellungen beträgt sogar 27,6 Prozent im Jahr 2005. Die METRO Group hat einen deutschen und einen europäischen Netzwerktag organisiert, um informelle Kommunikationswege zwischen Frauen zu etablieren sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern. Mit Blick auf die Folgen des demografischen Wandels werden insbesondere auch ältere Mitarbeiter verstärkt gefördert. Bereits heute gehören etwa 22 Prozent der rund 130.000 Beschäftigten in Deutschland zur Altersgruppe 50plus. Im Jahr 2005 wurden hier rund 530 Mitarbeiter über 50 Jahre eingestellt, im Ausland mehr als 1.000.

Erfolgsfaktor Personalentwicklung

Qualifizierte und hoch motivierte Führungskräfte auszuwählen und individuelle Karrieren zu fördern, sind zentrale Aufgaben der Personalentwicklung innerhalb der METRO Group. Die fortgesetzte Internationalisierung, die konsequente Portfolio- und Konzeptoptimierung des Konzerns sowie sich wandelnde Kundenerwartungen und Marktbedingungen machen die Identifizierung und Gewinnung geeigneter Führungskräfte und Mitarbeiter sowie deren kontinuierliche Weiterbildung zu einem strategischen Erfolgsfaktor. Ein wesentliches Steuerungs- und Analyseinstrument der Personalentwicklung ist die Metro Management Planung (MMP). Die jährlich durchgeführte Potenzialeinschätzung stellt sicher, dass alle Führungskräfte nach vergleichbaren Kriterien, den Metro-Kernkompetenzen, beurteilt werden, sodass sie entsprechend ihrem Potenzial für Aufgaben im gesamten Unternehmen zur Verfügung stehen. MMP ist die Basis für alle zentralen Auswahl- und Fördermaßnahmen, beispielsweise für die konzernweiten Assessment Center sowie die Weiterbildungsprogramme. Diese beinhalten neben der Vermittlung von fachlichen Kompetenzen vor allem auch die Weiterentwicklung der Persönlichkeit, die Ausformung interkultureller Kompetenzen sowie die Fähigkeit zu länderübergreifendem, vernetztem Denken, wie es in einem internationalen Unternehmen unverzichtbar ist.

Unter dem Titel „Network & Knowledge“ fördert die METRO Group die Netzwerkbildung und das konzernübergreifende Wissensmanagement. Dies geschieht zum Beispiel durch die Zusammenarbeit in

IT-gestützten virtuellen Arbeitsräumen (Networking Collaboration), das Management-Projekt-Netzwerk und das webbasierte Planspiel Metro Business Simulation.

Metro Corporate University

Ziel der strategischen Personalentwicklung bei der METRO Group ist es, einen Großteil der Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend zu qualifizieren, ist die Aufgabe der Metro Corporate University. Teilnehmer aus allen Ländern, in denen die METRO Group vertreten ist, treffen hier zusammen, tauschen Erfahrungen aus und lernen gemeinsam. Jährlich nutzen etwa 250 Führungskräfte und „Young Talents“ die Weiterbildungsangebote der konzern-eigenen Einrichtung. Die Vorstandsmitglieder der METRO AG tragen zur Gestaltung der verschiedenen Programme unter anderem als Referenten bei. Auch erfahrene externe Partner werden eingebunden. Darüber hinaus bietet die METRO Group ein offenes Seminarprogramm zur Qualifizierung und Weiterbildung an sowie ein speziell auf das Top-Management abgestimmtes Programm, an dem jährlich 200 Führungskräfte teilnehmen.

Nachwuchs fördern – Zukunft sichern

Die METRO Group ist daran interessiert, möglichst viele qualifizierte Bewerber für die Handelsbranche zu interessieren und zu begeistern. Dafür nutzt das Unternehmen eine in der Branche einzigartige Plattform: Unter dem Motto „Meeting Metro“ sucht die METRO Group in Deutschland im Rahmen von zweitägigen Informationsveranstaltungen den direkten Kontakt zu Lehrern, Ausbildern und Studenten. Im November 2005 gaben rund 200 Mitarbeiter aus verschiedenen Gesellschaften des Konzerns – vom Azubi bis zum Geschäftsführer – mehr als 1.200 Teilnehmern einen Einblick in ihr Unternehmen und trugen so zur Bekanntheit und zur Reputation der METRO Group in der Öffentlichkeit bei.

Um ein hohes Qualifikationsniveau der Mitarbeiter in Osteuropa zu erreichen, unterstützt die METRO Group die gezielte Ausbildungsförderung im Rahmen ihrer erfolgreichen Initiative „Metro Education“. Dabei werden einerseits eine umfangreiche inhaltliche Unterstützung für den Unterricht an lokalen Handelsschulen geboten und andererseits Praktikumsplätze in den Vertriebslinien der METRO Group bereitgestellt. Nach Polen und Russland wurde das Programm Anfang 2006 auch in Rumänien eingeführt.

Umweltmanagement

Die METRO Group bekennt sich zu ihrer Verantwortung für die Bewahrung der natürlichen Lebensgrundlagen und sieht sich aus ökologischen wie auch aus ökonomischen Gründen einem sparsamen Ressourcenverbrauch verpflichtet.

Aus diesem Selbstverständnis heraus hat die METRO Group ihre umfassenden Aktivitäten zum Schutz der Umwelt, nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund weltweit steigender Energiepreise, weiter verstärkt. Im Vordergrund standen im Geschäftsjahr 2005 ein möglichst schonender und effizienter Umgang mit Energie sowie die Verminderung klimarelevanter Emissionen. Die Vertriebslinien der METRO Group haben den Energieeinsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche gezielt verringert. Die Energieeffizienz konnte im gesamten Unternehmen messbar gesteigert werden. In den meisten Metro-Ländern haben die Vertriebslinien zudem Energieverantwortliche benannt, die für eine kontinuierliche Optimierung des METRO Group Energiemanagements sorgen.

Die Vertriebslinien der METRO Group haben 2005 des Weiteren die Umstellung auf alternative Kältemittel in Kühlmöbeln und Anlagen forciert und damit einen nachhaltigen Beitrag zum Klimaschutz geleistet. Ein Beispiel hierfür ist der Neubau eines Real-Markts in Tönisvorst am Niederrhein. Dort wird die Gewerkekälteanlage nicht mehr mit Fluorkohlenwasserstoffen, sondern mit dem deutlich umweltfreundlicheren Kältemittel Kohlendioxid (CO₂) betrieben. Darüber hinaus entspricht dieser Neubau dem Standard für Niedrigenergiehäuser.

Die Effizienz des konzernweit organisierten Umweltmanagements verdeutlicht die im vergangenen Jahr in der METRO Group erfolgreich umgesetzte EU-Richtlinie zur Entsorgung von Elektrogeräten. Als Hersteller solcher Geräte im Eigenmarkenbereich ist die METRO Group in insgesamt 16 EU-Ländern verpflichtet, die umweltgerechte Entsorgung ihrer Produkte zu gewährleisten und zu finanzieren. In allen Ländern, in denen diese Richtlinie bereits in nationales Recht umgesetzt wurde, ist es gelungen, die anspruchsvollen gesetzlichen Vorgaben fristgerecht zu erfüllen.

Im laufenden Geschäftsjahr erscheint der dritte Nachhaltigkeitsbericht der METRO Group. Er dokumentiert das Engagement des Unternehmens in den Bereichen Umwelt und Sortiment, Gesellschaft und Soziales sowie Mitarbeiter. Zur nachhaltigen Geschäftspraxis des Unternehmens gehören neben Umweltschutzaktivitäten auch Initiativen, die den Modernisierungsprozess im Handel international vorantreiben, Kooperationen mit Lieferanten sowie die Unterstützung von sozialen und kulturellen Projekten. Das Unternehmen unterstreicht auf diese Weise sein Bekenntnis zur Corporate Social Responsibility.

Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres (Nachtragsbericht)

Im Februar 2006 ist in Westeuropa einschließlich Deutschland erstmals der so genannte Vogelgrippe-Virus aufgetreten. Trotz umfangreicher Schutzmaßnahmen, die in zahlreichen Ländern ergriffen wurden, kann derzeit nicht ausgeschlossen werden, dass sich der auch für den Menschen gefährliche Virus-Subtyp H5N1 weiter ausbreitet.

Die METRO Group hat bereits nach erstmaligem Auftreten der Vogelgrippe in Asien im Jahr 2003 umfangreiche Maßnahmen zur zusätzlichen Qualitätssicherung beim Einkauf von Geflügelprodukten ergriffen. Das Unternehmen bezieht seine Lebensmittel ausschließlich von Herstellern, die unter ständiger Veterinärkontrolle stehen, sowie von Lieferanten, die ein HACCP-Zertifikat nachweisen können und die Hygienevorschriften erfüllen. Zusätzlich werden Garantien über die Sicherheit der Produkte im Hinblick auf die Vogelgrippe verlangt.

Die Auswirkungen der Vogelgrippe auf den Lebensmittelhandel sind derzeit noch nicht abzusehen. Bei einer weiteren Ausbreitung beziehungsweise bei wiederholtem Auftreten scheint eine zunehmende Verschiebung der Nachfrage von Geflügel zu anderen Produkten wahrscheinlich. Die METRO Group ist darauf vorbereitet, auf mögliche Nachfrageveränderungen flexibel zu reagieren. Ob und welche Einflüsse daraus auf das Lebensmittelgeschäft resultieren, ist derzeit jedoch noch nicht abzuschätzen.

Risikobericht

Risikomanagement ist die gezielte Sicherung bestehender und künftiger Erfolgspotenziale. Für die METRO Group ist das Risikomanagement ein integraler Bestandteil der wertorientierten Unternehmensführung. Das Risikomanagement der METRO Group basiert auf einem systematischen, den gesamten Konzern umfassenden Prozess der Risikoerkennung, -bewertung und -steuerung. Durch den kontrollierten Umgang mit Risiken wird die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns gesichert und das Konzernmanagement in die Lage versetzt, ungünstige Entwicklungen frühzeitig, das heißt vor Eintritt eines Schadens, zu erkennen. Dadurch können gegebenenfalls rasch gegensteuernde Maßnahmen ergriffen werden.

Effiziente Organisation des Risikomanagements

Der Vorstand der METRO AG hat ein zentrales Risikomanagement eingerichtet. Dieses sieht vor, dass der Vorstand kontinuierlich und zeitnah durch den Risikobeauftragten über die wesentlichen Entwicklungen im Risikomanagement informiert wird. Auf Basis einer jährlich konzernweit durchgeführten Risikoinventur erstellt der Risikobeauftragte einen Risikobericht, der alle wesentlichen Aspekte des Risikopotenzials in der METRO Group beinhaltet. Eine wesentliche Aufgabe des zentralen Risikomanagements der METRO Group besteht darin, den konzernweiten Informationsaustausch über risikorelevante Sachverhalte sicherzustellen und das Risikomanagement in allen Vertriebslinien und Konzernbereichen weiterzuentwickeln. Hierzu gehört die Koordination der konzernweiten Erfassung und systematischen Bewertung aller wesentlichen Risiken nach einheitlichen Maßstäben. Die Ergebnisse werden vom Risikobeauftragten in einem Risikoportfolio zusammengefasst. Hieraus wird die Gesamtrisikosituation für die METRO Group ermittelt.

EVA als Maßstab

Das Eingehen von Risiken orientiert sich in der METRO Group am Grundsatz der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts. Entscheidende Messgröße für den Unternehmenserfolg ist das konzernweit verankerte Prinzip des Economic Value Added (EVA), der insbesondere für Investitionsentscheidungen herangezogen wird. Unternehmerische Risiken werden dann eingegangen, wenn die damit zusammenhängenden Risiken beherrschbar sind und die mit ihnen verbundenen Chancen eine angemessene Wertsteigerung erwarten lassen.

Risikopolitische Grundsätze

Risiken, die im Zusammenhang mit den Kernprozessen des Groß- und Einzelhandels stehen, trägt die METRO Group selbst. Kernprozesse sind hierbei die Entwicklung und Umsetzung der jeweiligen Geschäftsmodelle, die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen, Standortentscheidungen, die Sicherstellung der Liquidität sowie die Entwicklung von Fach- und Führungskräften. Risiken, die sich weder auf Kern- noch auf Unterstützungsprozesse beziehen, werden vom Konzern grundsätzlich nicht eingegangen.

Dezentrale Zuständigkeiten

Die METRO Group ist als Handelskonzern in eine Management-Holding mit eigenständigen operativen Vertriebslinien und in bereichsübergreifende, die operativen Prozesse unterstützende Querschnittsgesellschaften gegliedert. Das in dieser Struktur verankerte Führungsprinzip der Dezentralität kommt auch im Umgang mit Risiken zum Ausdruck. Diese werden am Ort des Entstehens analysiert, bewertet und effizient gesteuert. Die Verantwortung dafür liegt bei den einzelnen Geschäftseinheiten. Ihre Wahrnehmung und Umsetzung wird durch die METRO AG überwacht.

Klare Verantwortlichkeiten für Identifikation, Analyse und Bewertung von Risiken

Um den koordinierten Maßnahmeneinsatz zu ermöglichen, stellt die METRO Group klare Verantwortlichkeiten und den Gestaltungsrahmen sicher. Die Verantwortung für das Risikomanagement ist in mehreren Regelwerken festgelegt, zum Beispiel in den Satzungen und Geschäftsordnungen der Konzerngesellschaften und konzerninternen Richtlinien. Das Risikohandbuch der METRO AG gibt Auskunft über die Funktion des Risikomanagementsystems, bietet eine umfassende Übersicht über mögliche Risikofelder, regelt die Verantwortung für deren Überwachung und gibt Handlungsanleitungen. Um zu vermeiden, dass relevante Geschäftsrisiken unbeachtet bleiben, erfolgt die Identifikation von Risiken konzernweit „von unten nach oben“ über alle Führungsebenen. Geschäftsrisiken werden im Rahmen des Frühwarnsystems hinsichtlich ihrer Tragweite im Planungszeitraum von drei Jahren eingeschätzt. Dabei wird das Netto-Prinzip angewandt. Dies beschreibt das so genannte Restrisiko, das nach Durchführung vorgesehener Maßnahmen zur Risikoverminderung noch besteht.

Zentrale Rolle des Konzernberichtswesens in der internen Risikokommunikation

Das Konzernberichtswesen ist das wesentliche Element zur internen Kommunikation von Chancen und Risiken. Jährliche Risikoinventuren, Abschlüsse und monatliche Hochrechnungen sowie regelmäßige Kontakte zwischen den Geschäftseinheiten und den jeweiligen übergeordneten Gesellschaften sorgen für einen kontinuierlichen und zeitnahen Informationsaustausch. Die laufende Überwachung der Risikofelder erfolgt mithilfe festgelegter Indikatoren. Werden Schwellenwerte überschritten, wird durch die Risikoberichterstattung die Aufmerksamkeit des zuständigen Managements auf relevante Entwicklungen gelenkt. Plötzlich auftretende wesentliche Risiken werden über ein hierfür eingerichtetes Eilmeldesystem den zuständigen Entscheidungsgremien unverzüglich mitgeteilt.

Konsequente Risikoüberwachung

Die Umsetzung und Effektivität des Risikomanagements zu überwachen, ist Aufgabe jeder Führungskraft. Risikobeauftragte sichern darüber hinaus die Funktionsfähigkeit des Risikomanagementsystems insgesamt. Anhand einer Self-Audit-Checkliste werden die Geschäftseinheiten in der Aktualisierung und Vervollständigung ihres Risikomanagementsystems unterstützt. Die Konzernrevision der METRO AG prüft das zentrale und dezentrale Risikomanagement auf Funktionalität, Aktualität, Vollständigkeit, Zuverlässigkeit und Effektivität. Sie berichtet direkt an den Vorstand. Darüber hinaus finden Prüfungen bei den Konzerngesellschaften durch die jeweiligen internen Revisionsabteilungen statt. Im Hinblick auf die Vorschriften des KonTraG (Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich) unterziehen die Wirtschaftsprüfer das Risikomanagementsystem einer periodischen Beurteilung. Über das Ergebnis dieser Prüfung werden Vorstand und Aufsichtsrat unterrichtet.

Für die METRO Group ergeben sich folgende wesentliche Risiken (interne und externe Risiken):

Geschäftsrisiken

Der starke Wettbewerb im Groß- und Einzelhandel und die Konkurrenz von Vertriebskonzepten, angebotenen Leistungen und Servicequalitäten kennzeichnen die Handelsbranche. Auch die typische Abhängigkeit des Handels von der Ausgabenneigung der Verbraucher birgt Risiken. Die zunehmende Internationalität des Metro-Geschäfts reduziert zwar die Abhängigkeit von den konjunkturellen und rechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland, zugleich muss sich der Konzern aber zusätzlichen volkswirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Risiken in anderen Staaten stellen. Beispiele für Risiken im rechtlichen Umfeld sind die Durchführung der derzeitigen Verpackungsverordnung („Einwegpfand“), der EU-Elektroaltgeräte-Richtlinie, der EU-Chemikalienpolitik und der F-Gase-Richtlinie (Fluorkohlenwasserstoffe).

Veränderungen im Konsumverhalten der Kunden erfordern die ständige Anpassung der Vertriebskonzepte. Die METRO Group unterstützt diesen Prozess, indem regelmäßig interne Informationen und ausgewählte externe Quellen ausgewertet werden, um Veränderungen der Wünsche und des Verhaltens der Konsumenten frühzeitig zu erkennen. Die konzerninterne Marktforschung bedient sich gängiger quantitativer Verfahren wie Zeitreihenanalysen (zum Beispiel Beobachtung von Produkten im Markt über einen bestimmten Zeitraum) oder Trendextrapolationen (Prognosen für die Marktentwicklung), die auf Analysen von konzerninternen Verkaufsdaten oder auf Marktforschungsergebnissen beruhen. Konsequentes Benchmarking gegenüber Wettbewerbern bietet Anregungen zur qualitativen Verbesserung der Vertriebskonzepte. Praktikabilität und Akzeptanz von Konzepten werden zunächst in Testmärkten verifiziert und mithilfe klarer Projektorganisation schnellstmöglich flächendeckend umgesetzt. Kontinuierliche Investitionen sichern den Vertriebslinien ein wettbewerbsfähiges Standortportfolio.

Standortrisiken

Durch die fortschreitende Expansion im Ausland, insbesondere in so genannten Schwellenländern, ergeben sich auch Standortrisiken. Diese Risiken werden zum Beispiel durch umfangreiche Machbarkeitsstudien, in denen die Rahmenbedingungen und Chancen für ein geschäftliches Engagement detailliert analysiert werden, identifiziert und durch darauf aufbauende Maßnahmen verringert.

Lieferantenrisiken

Die METRO Group ist als Handelsunternehmen bei der Versorgung mit Waren und Dienstleistungen auf Fremdanbieter angewiesen. Die genaue Beobachtung der Marktgegebenheiten, die breite Basis von Lieferanten, eigene Kontrollen und einkaufspolitische Maßnahmen begegnen den Unwägbarkeiten beim Bezug der Waren und Dienstleistungen. Ein Beispiel für solche Maßnahmen ist die Food-Safety-Initiative, mit der für eine hohe Sicherheit von Lebensmitteln auf allen Erzeugungs-, Produktions- und Vertriebsstufen gesorgt wird.

IT-/logistische Risiken

Da der stationäre Handel eine große Artikelvielfalt und einen hohen Warenumsatz aufweist, ergeben sich organisatorische, informationstechnische und logistische Risiken. Die internationale Ausrichtung der METRO Group, bei der die Warensortimente nationalen und lokalen Gewohnheiten angepasst werden, verstärkt diese Risiken noch. Störungen in der Wertschöpfungskette, etwa bei der Lieferung von Waren, bergen die Gefahr von Betriebsunterbrechungen. Risiken dieser Art wird durch konzerninterne Backup-Systeme, die parallele Nutzung mehrerer Dienstleister und spezielle Notfallpläne begegnet. Gleichermaßen vermindern eine effiziente Arbeitsteilung und gegenseitige Kontrolle operative Risiken.

Personalrisiken

Die METRO Group ist für die Realisierung ihrer strategischen Ziele auf qualifizierte Fach- und Führungskräfte angewiesen. Es ist eine dauerhafte Herausforderung, dieses Personal in einem intensiven Wettbewerb für den Konzern zu gewinnen und an ihn zu binden. Vor allem in Expansionsländern besteht großer Bedarf an

qualifiziertem Personal, was entsprechende unternehmensinterne Qualifizierungsmaßnahmen erfordert. Die auf allen Ebenen des Konzerns vorangetriebene Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter sichert die unverzichtbare fachliche Kompetenz des Personals. Personalführung sowie Schulungen und Personalentwicklungsmaßnahmen bewirken, dass die Mitarbeiter auf allen Stufen des Unternehmens eine unternehmerische Denk- und Handlungsweise entwickeln. Dazu dient auch die Verankerung von variablen, am Geschäftserfolg bemessenen Gehaltsbestandteilen auf mindestens drei Führungsebenen. Die direkte Beteiligung am Unternehmenserfolg (EVA) steigert die Identifikation der Mitarbeiter mit der METRO Group und schärft den Blick für Chancen und Risiken bei allen unternehmerischen Entscheidungen.

Prozess- und Steuerrisiken

Steuerrisiken bestehen insbesondere aufgrund von Betriebsprüfungen. Prozessrisiken resultieren zum Beispiel aus arbeits-, straf- und zivilrechtlichen Verfahren. Daneben stellen Spruchverfahren Prozessrisiken dar. Für beide Risikoarten wird Vorsorge durch die Bildung von Rückstellungen getroffen. Sie werden im Konzernanhang unter den Nummern 30 und 41 dargestellt.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Die finanzwirtschaftlichen Risiken, nämlich Liquiditätsrisiken, Preisänderungsrisiken, Bonitätsrisiken und Risiken aus Zahlungsstromschwankungen, und deren Management werden im Konzernanhang unter Nummer 38 beschrieben.

Zusammenfassung der Risikosituation in der METRO Group

Insgesamt hat die Beurteilung der gegenwärtigen Risikosituation ergeben, dass keine den Fortbestand des Unternehmens gefährdenden Risiken bestehen und künftige bestandsgefährdende Risiken gegenwärtig nicht erkennbar sind.

Prognosebericht

Konjunktur und Branchenentwicklung

Die Weltkonjunktur bleibt im Jahr 2006 voraussichtlich robust, das Wachstum wird sich jedoch vermutlich leicht abschwächen. Insbesondere wird sich die dämpfende Wirkung der hohen Energiepreise verstärken. Die US-Wirtschaft wird trotz Straffung der Geldpolitik sowie auslaufender Effekte der Immobilienpreissteigerungen der bestimmende Motor der Weltwirtschaft bleiben. Allerdings stellen die hohen Defizite im US-Haushalt und in der Leistungsbilanz des Landes mittel- bis langfristig eine Gefahr für die Entwicklung der gesamten Weltwirtschaft dar. Die asiatischen Länder werden ihre Wachstumsdynamik fortsetzen und die Weltkonjunktur stützen. Die Investitionsdynamik wird dabei geringfügig abflachen, der Konsum dagegen zunehmen.

Im Euroraum haben sich die positiven Anzeichen für einen moderaten Aufschwung im Jahr 2006 verstärkt. Verbesserte Wettbewerbsfähigkeit, steigende Unternehmensgewinne und höhere Auftragseingänge deuten auf eine anziehende Konjunktur hin. Weiterhin günstige geldpolitische Rahmenbedingungen sowie eine rege Exportkonjunktur werden die Auftriebskräfte unterstützen. Die privaten Konsumausgaben werden im Euroraum nur moderat wachsen. Eine deutliche Steigerung ist wegen der hohen Energiepreise und Arbeitslosigkeit nicht zu erwarten. Stärker als in den Ländern des Euroraums werden die Volkswirtschaften Großbritanniens, Schwedens und Dänemarks wachsen.

In Deutschland verstärken sich die Anzeichen für einen leichten Aufschwung. Bei steigenden Exporten und Unternehmensgewinnen sowie wachsenden Investitionen verbessert sich die wirtschaftliche Stimmung zunehmend. Auf dieser Basis dürfte im Jahr 2006 ein reales Wirtschaftswachstum zwischen ein und zwei Prozent möglich sein. Die privaten Konsumausgaben werden aber nur unterdurchschnittlich zunehmen. Mit einer deutlicheren Belebung des Konsums ist für Ende 2006 zu rechnen, da die Verbraucher die Beschaffung von Konsumgütern angesichts der für den 1. Januar 2007 geplanten Erhöhung der Mehrwertsteuer vorziehen werden. Dies wird aber voraussichtlich nicht zu einem grundlegenden und dauerhaften Wachstum im Konsumbereich führen. Hohe Aufwendungen für Energie sowie eine weiterhin hohe Arbeitslosenrate werden das Wachstum der privaten Konsumausgaben begrenzen. Im Jahr 2007 ist mit einer Dämpfung des privaten Konsums als Folge der Mehrwertsteuererhöhung zu rechnen.

Die neuen EU-Mitgliedstaaten in Mitteleuropa profitieren von der EU-Wirtschaftsförderung und von ihrer wachsenden Integration in den gemeinsamen Markt. Deren Wachstumsperspektiven sind weiterhin positiv, es ist sogar mit einer leichten Beschleunigung der wirtschaftlichen Dynamik in diesem Wirtschaftsraum zu rechnen. Polen profitiert vor allem von seiner stärker marktwirtschaftlich orientierten Politik. Auch in Osteuropa ist von einer weiteren Aufwärtsentwicklung auszugehen. Russland ist in der Lage, aufgrund seiner großen Öl- und Gasvorkommen sein hohes Wachstum fortzusetzen. Die positive Entwicklung der Wirtschaft in Russland wird auch den privaten Konsum weiter stärken.

Der Handel profitiert insgesamt von der robusten Weltkonjunktur im Jahr 2006. In Westeuropa ermöglichen die verbesserten Konjunkturaussichten eine langsame Zunahme der Beschäftigung sowie Einkommenszuwächse. Davon wird im Nachgang auch der Einzelhandel profitieren. Zu dieser Dynamik werden insbesondere die großen Volkswirtschaften Großbritannien, Italien und Frankreich beitragen.

Der deutsche Einzelhandel wird auch 2006 und 2007 weiterhin von einem intensiven Wettbewerb geprägt sein. Zudem wird das Wachstum des Einzelhandels durch die anhaltend hohe Arbeitslosigkeit, stagnierende Realeinkommen sowie Steuer- und Abgabenerhöhungen gedämpft. Positive Impulse werden 2006 von der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland ausgehen sowie von solchen Konsumausgaben, die die Verbraucher mit Blick auf die geplante Mehrwertsteuererhöhung ab 1. Januar 2007 in das Jahr 2006 vorziehen. Insgesamt wird der deutsche Einzelhandel im engeren Sinne voraussichtlich nur in geringem Umfang an der allmählichen wirtschaftlichen Erholung Deutschlands teilhaben.

In vielen Ländern Osteuropas wird sich das Einzelhandelswachstum auf hohem Niveau leicht abschwächen. So wird in Russland das Einzelhandelswachstum bei 10,2 Prozent liegen und 2007 noch rund sieben Prozent betragen. In Polen dürfte hingegen der private Konsum steigen. Im Einzelhandel sind in Polen in den Jahren 2006 und 2007 reale Zuwächse von jeweils rund drei Prozent zu erwarten.

Das Wachstum des Einzelhandels wird im asiatischen Raum bis 2007 voraussichtlich stabil bleiben. Alle wichtigen Volkswirtschaften in Asien werden konstante oder sogar leicht steigende reale Zuwächse erzielen. China und Indien werden in den nächsten zwei Jahren mit unvermindert hohen Zuwachsraten die treibenden Kräfte für das Wachstum des privaten Konsums in dieser Region bleiben.

Entwicklung der METRO Group

Cash & Carry

In den meisten westeuropäischen Ländern wird sich in den nächsten Jahren das Marktvolumen des Selbstbedienungsgroßhandels nur geringfügig verändern.

In Osteuropa ist weiterhin von einem deutlichen Wachstum des Selbstbedienungsgroßhandels auszugehen. Die unterschiedliche Entwicklung in den einzelnen Ländern ist im Wesentlichen auf das Expansionsniveau zurückzuführen. Eine überdurchschnittlich gute Entwicklung erwartet Metro Cash & Carry unter anderem in Russland und der Ukraine. In diesen Ländern ist deshalb eine konsequente Ausweitung des Standortnetzes geplant. In der Türkei werden Impulse durch eine sehr gute wirtschaftliche Entwicklung und steigenden Konsum erwartet.

Für Metro Cash & Carry bieten die sich schnell entwickelnden Volkswirtschaften Asiens weiterhin ein großes Wachstumspotenzial. Auch bei Markteintritten von System-Wettbewerbern wird es nicht zu einem Verdrängungswettbewerb in diesem Branchensegment kommen. Das weitere Wachstum wird

dabei sowohl von der günstigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung als auch durch Marktanteilsgewinne zulasten des klassischen Großhandels getragen. Die Rahmenbedingungen sind vor allem in China sehr günstig. Metro Cash & Carry wird deshalb das Standortnetz auf dem chinesischen Markt in den nächsten Jahren kontinuierlich ausbauen.

Lebensmitteleinzelhandel

Ausgehend von einem niedrigen Niveau wird der deutsche Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2006 leicht wachsen. Im Geschäftsjahr 2006 wird sich Real in Deutschland darauf konzentrieren, mit einem weiterentwickelten Vertriebskonzept das Profil der Vertriebsmarke zu schärfen, Marktanteile zurückzugewinnen sowie die Kostenstrukturen weiter zu verbessern.

Auf den Auslandsmärkten bieten sich im Lebensmitteleinzelhandel gute Wachstumsperspektiven. Das trifft vor allem auf die Türkei, Russland und Rumänien zu. In der Türkei wirken sich das weitere Bevölkerungswachstum und der allgemein steigende Wohlstand positiv aus. Zusätzliche Wachstumsimpulse gehen von den EU-Beitrittsverhandlungen aus. In Russland werden moderne Formate des Lebensmitteleinzelhandels zunehmend den traditionellen Handel ablösen und Marktanteile gewinnen. Real wird seine Präsenz sowohl in Russland als auch in der Türkei in den nächsten Jahren kontinuierlich ausbauen und weitere Märkte eröffnen. Rumänien ist ein ungesättigter Markt für moderne Formate des Lebensmitteleinzelhandels. Real plant deshalb für 2006 den Markteintritt in diesem Land. In Polen wird der Lebensmitteleinzelhandel weiterhin von steigenden Konsumausgaben profitieren, allerdings wird das Marktumfeld durch starken Konkurrenzdruck schwieriger werden. Auf dem polnischen Markt wird Real seine starke Präsenz durch zusätzliche Märkte selektiv erweitern.

Elektrofachhandel

In Europa wird die Geschäftsentwicklung des Elektrofachhandels auch zukünftig vor allem durch neue, innovative Technologien beeinflusst. Wachstumstreiber ist die Digitaltechnik, insbesondere im TV- und Fotobereich. In Spanien, Portugal und Griechenland wird die Elektrofachhandelsbranche aufgrund des anhaltend hohen Ausstattungsbedarfs der Verbraucher bei vielen Elektroartikeln weiter wachsen. Die Schweiz und Österreich lassen hingegen aufgrund des hohen Ausstattungsgrads der Haushalte eine geringere Dynamik erwarten. Der westeuropäische Elektrofachhandel wird im Jahr 2006 voraussichtlich insgesamt um 3,5 bis 4 Prozent wachsen. Davon wollen Media Markt und Saturn profitieren. Die Vertriebslinie wird durch eine weiterhin starke Expansion innerhalb Europas ihre marktführende Stellung in 2006 noch weiter ausbauen. Media Markt erschließt mit dem Markteintritt in Schweden das 13. europäische Land. Saturn plant für 2006 den Markteintritt in den Niederlanden.

Der deutsche Elektrofachhandel wird voraussichtlich um 2,5 bis 3,5 Prozent wachsen. Positive Impulse sind dabei auch durch die Fußball-Weltmeisterschaft zu erwarten, die insbesondere den Absatz im TV- und Homecinema-Bereich beflügeln wird. Die Vorzieheffekte aufgrund der geplanten Mehrwertsteuererhöhung in 2007 dürften dem Markt einen zusätzlichen Schub geben.

Warenhäuser

Die Unternehmen im Warenhausbereich werden in einem schwierigen Einzelhandelsumfeld in Deutschland um weitere Marktanteile kämpfen müssen. Die bisherige Positionierung im mittleren Preissegment wird die Warenhäuser vor eine besondere Herausforderung stellen, da die Polarisierung zwischen Vertriebskonzepten des Niedrig- und des Hochpreissegments anhalten wird. Vor diesem Hintergrund wird Kaufhof das Galeria-Konzept auch im Geschäftsjahr 2006 konsequent weiterentwickeln und sein Profil im höheren Preissegment schärfen.

In Belgien wird sich die positive Branchenentwicklung der vergangenen Jahre auch zukünftig fortsetzen. In diesem Umfeld wird die belgische Warenhauskette Galeria Inno auch weiterhin ihre Marktposition ausbauen können.

Ausblick METRO Group

Auf der Grundlage der vorausgehenden Einschätzungen zur weiteren Entwicklung des Handels in den Jahren 2006 und 2007 wird die METRO Group in den kommenden zwei Jahren ihren Kurs profitablen Wachstums konsequent fortsetzen.

Die METRO Group strebt eine weitere Steigerung des Umsatzes sowie eine Verbesserung des Ergebnisses je Aktie, bereinigt um den Sondereffekt aus der Abschreibung latenter Steuerforderungen auf Verlustvorträge in 2005, und eine Erhöhung des Economic Value Added an.

Disclaimer

Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse werden erheblich von denen in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen können. Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten werden von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der METRO Group unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte 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.

Brief an die Aktionäre
Bericht des Aufsichtsrats
Metro-Aktie
Konzernlagebericht
Metro-Vertriebsmarken
Konzernabschluss
Corporate Governance Bericht
Ergänzende Informationen

METRO

makro

real

extra

Media Markt

SATURN

GALERIA
KAUFHOF

Starke Marken unter dem Dach der METRO Group

Die METRO Group bietet privaten und gewerblichen Kunden ein umfassendes Leistungsspektrum im Selbstbedienungsgroßhandel und im Einzelhandel. Mit ihren spezifischen, auf die wachsenden Ansprüche der Kunden zugeschnittenen Angeboten haben sich die Vertriebslinien der METRO Group weitgehend als eigenständige Retail Brands profiliert. Sie entwickeln ihre Vertriebskonzepte kontinuierlich mit dem Ziel weiter, die Kunden von ihren Leistungsangeboten zu überzeugen und damit die Basis für ihren wirtschaftlichen Erfolg in der Zukunft zu schaffen.

Metro Cash & Carry

Metro Cash & Carry ist in 28 Ländern an 544 Standorten vertreten und damit das internationalste Unternehmen innerhalb der METRO Group. Seit mehr als vierzig Jahren ist die zu den Wachstumstreibern des Konzerns gehörende Vertriebslinie im In- und Ausland erfolgreich und international unangefochtene Marktführerin im Selbstbedienungsgroßhandel. Ein leistungsfähiges, kundenorientiertes Vertriebskonzept, hohe Qualitätsstandards im Sortiment und im Service, ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis, eine ausgeprägte Innovationsfähigkeit sowie eine internationale Unternehmenskultur sind die tragenden Säulen des dauerhaften wirtschaftlichen Erfolgs der Vertriebslinie.

Mit seinem Leistungsangebot spricht Metro Cash & Carry gezielt gewerbliche Kunden und Großverbraucher an, und zwar Hotel-, Restaurant- und Kioskbetreiber, Caterer und kleinere Lebensmitteleinzelhändler, Krankenhäuser und Behörden sowie in wachsendem Umfang auch Dienstleistungsbetriebe. Unter dem Motto „Von Profis für Profis“ bietet Metro Cash & Carry unter den Markennamen Metro und Makro ein breit gefächertes, qualitativ hochwertiges Warensortiment. Je nach Format und Größe der Märkte umfasst das Angebot bis zu 20.000 Artikel im Nahrungsmittelbereich sowie 30.000 Nonfood-Artikel unter einem Dach. Rund 70 Prozent des Umsatzes entfallen auf den Food-Bereich. Ein herausragendes Leistungsmerkmal von Metro Cash & Carry ist seine hohe Frischekompetenz. Eine effiziente Logistik und ein konzernweit einheitliches Qualitätssicherungssystem gewährleisten, dass dem Kunden täglich eine breite Palette von frischem Fisch, Fleisch, Obst und Gemüse offeriert werden kann. Ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis und die dauerhafte Verfügbarkeit hochwertiger Waren tragen weltweit zum Erfolg des Vertriebskonzepts bei.

Metro Cash & Carry	2005
Umsatz	28,1 Mrd. €
EBIT	1.013 Mio. €
Standorte	544 in 28 Ländern
Gesamtverkaufsfläche	4,2 Mio. m ²
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt auf Vollzeitbasis)	90.502

Drei Marktformate gewährleisten die optimale Erfüllung standortspezifischer Bedürfnisse

Ein weiterer wichtiger Wettbewerbsfaktor von Metro Cash & Carry ist die ausgeprägte Anpassungsfähigkeit des Leistungsangebots der Großhandelsmärkte an standortspezifische Bedürfnisse und Rahmenbedingungen. Drei nach Verkaufsfläche und Sortimentstiefe unterschiedliche Marktformate, nämlich Classic-, Junior- und Eco-Märkte, ermöglichen ein auf die differenzierten örtlichen Bedürfnisse optimal abgestimmtes Angebot.

Die größte Warenvelfalt sowohl im Food- als auch im Nonfood-Bereich bieten die vor allem in Westeuropa betriebenen Classic-Märkte auf einer Verkaufsfläche von 10.000 bis 16.000 Quadratmetern. Das Junior-Format mit einem ebenfalls attraktiven Warenangebot im Food- und Nonfood-Bereich und einer Verkaufsfläche zwischen 7.000 und 9.000 Quadratmetern hat sich vor allem in den Wachstumsregionen Osteuropas und Asiens bewährt. Das Angebot der Eco-Märkte konzentriert sich dagegen bei einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 4.000 Quadratmetern schwerpunktmäßig auf Frischeprodukte. Zielgruppen sind hier insbesondere Gastronomie- und Hotelbetriebe sowie Einzelhändler, die das in den Großhandelsmärkten von Metro Cash & Carry offerierte hochwertige Lebensmittelsortiment zu schätzen wissen. Das Eco-Format ist vor allem in Frankreich verbreitet, aber auch zunehmend in weiteren Ländern Südeuropas.

Mit einem speziellen Angebot für Gastronomie und Großverbraucher rundet die Handelsmarke C+C Schaper das

Angebot von Metro Cash & Carry auf dem deutschen Markt ab. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft von Metro Cash & Carry Deutschland setzt auf ein besonders flexibles Vertriebssystem und bietet ihren Kunden die Möglichkeit, die Waren in den Schaper-Großmärkten selbst abzuholen oder auf Bestellung liefern zu lassen.

Internationalität – ein entscheidender Erfolgsfaktor

Grundlage des internationalen Erfolgs der Marke Metro Cash & Carry in 28 Ländern ist vor allem die Leistungsstärke und Flexibilität ihres Vertriebskonzepts, das Raum lässt für die Erfüllung regional unterschiedlicher Konsumgewohnheiten und Kundenwünsche. Auf die Akzeptanz des Unternehmens im Ausland wirkt sich positiv aus, dass Metro Cash & Carry 80 bis 90 Prozent seiner Waren von lokalen Herstellern und Lieferanten bezieht. Das schafft Vertrauen im wirtschaftlichen Umfeld der Standorte. Dazu trägt zusätzlich bei, dass Metro Cash & Carry beim Betrieb seiner Großhandelsmärkte vor allem auf einheimische Mitarbeiter setzt, und zwar auch in den Führungspositionen. Im Zuge der Erschließung neuer Märkte unterstützt Metro Cash & Carry darüber hinaus den Auf- und Ausbau moderner, leistungsfähiger Handelsinfrastrukturen und trägt außerdem vielfach zur Verbesserung der Aus- und Fortbildung bei.

Metro Cash & Carry im engen Dialog mit Kunden und Lieferanten

Die kontinuierliche Verbesserung des Kundenmanagements trägt dazu bei, das Markenprofil von Metro Cash & Carry ständig weiter zu schärfen. Mit diesem Ziel optimierte das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Serviceleistungen und intensivierte die Kundenbetreuung. Im Rahmen verschiedener Foren suchte Metro Cash & Carry den unmittelbaren Kontakt zu seinen Kunden. So hat die Vertriebslinie in Italien beispielsweise im Rahmen der Ausstellung „Metro Exhibition“ ihre Lieferanten mit ihren gewerblichen Kunden zusammengeführt. Im Rahmen eines intensiven Dialogs konnten spezifische Bedürfnisse

der Kunden aus den Bereichen Hotel, Gastronomie und Catering identifiziert und Verbesserungen der Leistungsangebote für diese Zielgruppen vereinbart werden. Eine Plattform für die konstruktive Zusammenarbeit zwischen Metro Cash & Carry und verschiedenen internationalen Lieferanten bot im Jahr 2005 erstmals das Strategy Forum in Wien. Die Veranstaltung im Herzen Europas stand ganz im Zeichen der länderübergreifenden Kooperation. Mit insgesamt mehr als 300 Teilnehmern diskutierten die Vertreter von Metro Cash & Carry, wie sich Kommunikation und Geschäftsprozesse zum Nutzen der Kunden weiter verbessern lassen.

Metro Cash & Carry setzt international Maßstäbe bei den Qualitätsstandards

Mit der Entwicklung und Durchsetzung hoher Qualitätsstandards stellt sich Metro Cash & Carry seiner besonderen Verantwortung als Großhandelsunternehmen. Unter anderem erhalten die Kunden in den Metro-Großmärkten künftig professionelle Unterstützung bei der Einhaltung der Kühlkette. Beispielsweise stehen in den Märkten moderne Kühlelemente-Automaten zur Verfügung. Kunden haben die Möglichkeit, vorgekühlte Akkus zu kaufen oder kostenlos auszutauschen und damit temperaturempfindliche Waren ohne Risiko zu transportieren. Mit Blick auf eine ab 2006 gültige EU-Verordnung zur Lebensmittelhygiene erhöht dieser zusätzliche Service die Qualitätssicherheit für die gewerblichen Kunden. Das Unternehmen geht aber noch einen Schritt weiter. Im Rahmen seines Qualitätsmanagements setzt Metro Cash & Carry die EU-Standards nicht nur im Bereich der Europäischen Union um, sondern in allen Ländern, in denen das Unternehmen vertreten ist. So leistet Metro Cash & Carry in zahlreichen Regionen einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Lebensmittelversorgung und stärkt gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit seiner Kunden.

Real und Extra

Die Vertriebsmarken Real und Extra sind leistungsstarke Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels mit einem dichten Standortnetz. Beide Vertriebsformate führen in ihren SB-Warenhäusern beziehungsweise Verbrauchermärkten ein qualitativ hochwertiges Sortiment von Lebensmitteln und zeichnen sich durch ihre anerkannte Frischekompetenz, ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis und Kundenorientierung aus. Während Extra sich ausschließlich auf den Inlandsmarkt konzentriert, gewinnt Real durch die Präsenz in mittlerweile drei Ländern außerhalb Deutschlands zunehmend internationales Profil. Unter Wahrung der Eigenständigkeit der Marken koordinieren Real und Extra ihre geschäftlichen Aktivitäten unter dem gemeinsamen Dach der Real SB-Warenhaus GmbH.

Real setzt auf Internationalisierung und neues Marketing

Die Vertriebslinie Real gehört mit 288 Standorten allein in Deutschland mit zu den größten SB-Warenhausbetreibern. Das Sortiment der SB-Warenhäuser umfasst bis zu 80.000 Artikel. Der Schwerpunkt liegt dabei im Lebensmittelbereich, auf den rund 75 Prozent des Umsatzes entfallen und der seine Ergänzung in einer attraktiven, breiten Palette von Nonfood-Produkten findet. Besonders umfangreich und attraktiv ist die Warenauswahl im Frischebereich. Mit Qualität zu günstigen Preisen spricht Real insbesondere junge Familien mit Kindern sowie die Altersgruppe der über 50-Jährigen an. Auf die Herausforderungen des von Konsumzurückhaltung der Verbraucher und mehrjähriger Umsatzstagnation geprägten Inlandsmarkts antwortet Real mit einem verstärkten Engagement auf den Auslandsmärkten. Real ist inzwischen in Polen, der Türkei und seit letztem Jahr auch in Russland vertreten; der Markteintritt in Rumänien ist für 2006 geplant.

Real (einschl. Extra)	2005
Umsatz	9,9 Mrd. €
EBIT	-12 Mio. €
Standorte	592 in 4 Ländern
Gesamtverkaufsfläche	2,7 Mio. m ²
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt auf Vollzeitbasis)	43.090

Mit einer grundlegenden Neuausrichtung des Marketing hat Real im Frühjahr 2005 begonnen, sein Markenprofil als familienfreundliches Unternehmen im schwierigen Wettbewerbsumfeld zu stärken. Den Auftakt bildete eine Imagekampagne, die von Preisaktionen unter dem Motto „Die neue Preiszeit“ begleitet wurde. Die Erhöhung der Kundenzufriedenheit und der Kundenfrequenz sind Ziele dieser Maßnahmen, die kontinuierlich weiterentwickelt und fortgesetzt werden.

Qualität und Innovation – Real geht voran

Die Qualität und Frische der Lebensmittel haben für Real höchste Priorität. Nach dem Bekanntwerden von Qualitätsvorfällen in zwei Märkten wurde daher sofort und konsequent reagiert. Das bereits bestehende und weit über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehende Qualitätssicherungssystem wurde noch verstärkt. Real hat erhebliche Investitionen in eine Erhöhung der Kontrollen, in die Schulung der Mitarbeiter und in die Kommunikation getätigt. Die Organisation der Frischebereiche wurde nachhaltig in mehreren Schritten optimiert.

Ihre hohe Innovationsfähigkeit unterstreicht die Marke Real durch verstärkten Einsatz der neuesten Technologien im Handel. Allein im Geschäftsjahr 2005 hat Real in insgesamt rund 50 Märkten Selbstbedienungskassen installiert, die technologischen Fortschritt im Handel signalisieren. Erstmals wurden in einigen Märkten neben den Karten- auch Bargeldautomaten eingesetzt. Darüber hinaus wurde ein von Real entwickeltes erweitertes

Kassensystem mit Erfolg getestet, das eine räumliche Trennung des Scanvorgangs und der Zahlungsabwicklung vorsieht.

Extra profiliert sich mit Kundennähe und Frischekompetenz

Nach Abschluss eines umfangreichen Restrukturierungsprozesses mit gravierenden Einschnitten in das Standortportfolio und einem strategischen Zusammenschluss mit Real positionieren sich die Extra-Verbrauchermärkte im Norden und Westen Deutschlands verstärkt als serviceorientierte Nahversorger mit einem vielfältigen und preisgünstigen Warensortiment, vor allem aber hoher Frischekompetenz. In einigen neu konzipierten, zukunftsweisend gestalteten Märkten mit innovativen technischen Neuerungen nimmt die Zukunft der Marke Extra konkrete Gestalt an. Neben einem Standardangebot an Nonfood-Artikeln des täglichen Bedarfs zeichnet sich das Vertriebsformat vor allem durch ein umfassendes Sortiment an Lebensmitteln aus; dem entspricht die Tatsache, dass der Umsatzanteil von Lebensmitteln in Extra-Verbrauchermärkten bei 90 Prozent liegt. Auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.000 und 3.000 Quadratmetern sind Markenartikel namhafter Hersteller ebenso vertreten wie hochwertige Eigenmarken. Besonders reichhaltig ist die Auswahl an Frischeprodukten wie Obst, Gemüse, Wurst, Fleisch, Käse und Backwaren. Eine steigende Nachfrage verzeichnen die Preiseinstiegsprodukte der Eigenmarke „TiP“. Die Extra-Märkte bieten das rund 1.000 Artikel umfassende Sortiment, dessen Qualität von unabhängigen Instituten mehrfach bestätigt worden ist, zu Discountpreisen an. Zunehmende Bedeutung erlangen im Sortiment auch Lebensmittel aus ökologischem Anbau sowie ethnische Produkte. Repräsentative Umfragen ergaben deutliche Verbesserungen der Imagewerte und der Kundenakzeptanz für die Extra-Märkte.

Media Markt und Saturn

Kundenorientierte Vertriebskonzepte, ein attraktives Sortiment mit günstigem Preis-Leistungs-Verhältnis, die internationale Expansion, die konsequente Ausrichtung auf profitables Wachstum, eine dezentrale Führungsstruktur, eine hohe Innovationsfähigkeit und ein aufmerksamkeitsstarkes Marketing – das sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren von Media Markt und Saturn. Die Unternehmensgruppe hat auf dieser Grundlage die Spitzenposition im europäischen Elektrofachhandel erreicht und baut ihre marktführende Stellung seit Jahren kontinuierlich weiter aus. Innerhalb der METRO Group zählen beide Formate zu den Wachstumstreibern.

Media Markt und Saturn sind in den vergangenen Jahren zum Inbegriff für Leistungsstärke im Elektrofachhandel in Europa geworden. Aufgrund einer konsequent vorangetriebenen Expansionsstrategie ist die Unternehmensgruppe inzwischen in Deutschland an über 300 und im europäischen Ausland in elf Ländern an weit über 200 Standorten vertreten. Geboten wird den Kunden in den Elektrofachmärkten von Media Markt und Saturn eine einmalige Vielfalt von Markenprodukten. Sie haben die Auswahl zwischen insgesamt 45.000 Artikeln aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte, neue Medien, Telekommunikation, Computer und Foto, darunter sämtliche Neuheiten dieses vom schnelllebigem technischen Wandel geprägten Marktsegments. Einige große Flagshipstores führen sogar ein Sortiment von bis zu 100.000 Elektroprodukten. Neben dieser vielfältigen Produktpalette bieten Media Markt und Saturn dem Kunden eine individuelle Beratung durch fachkundige Mitarbeiter sowie umfassende Serviceleistungen vom professionellen Reparatursdienst bis zur Lieferung und Installation von Großgeräten. Europaweit haben im vergangenen Jahr rund 225 Millionen

Kunden die Elektrofachmärkte von Media Markt und Saturn aufgesucht und sich einen Eindruck vom außergewöhnlichen Leistungsspektrum des unangefochtenen Marktführers im Elektrofachhandel verschafft.

Dezentrale Führung schafft Wettbewerbsvorteile

Die dezentrale interne Führungsstruktur ermöglicht es beiden Vertriebsformaten, ihr Warenangebot schnell und flexibel an die spezifischen, von Standort zu Standort unterschiedlichen Kundenerwartungen anzupassen. Die Geschäftsführer der Elektrofachmärkte entscheiden eigenverantwortlich über die Zusammenstellung des Sortiments, die Preisgestaltung sowie Personal- und Marketing-Maßnahmen. So können sie unmittelbar und effizient auf Preis- und Sortimentsaktionen des Wettbewerbs im jeweiligen regionalen Umfeld reagieren. Als Mitgesellschafter beeinflussen die Geschäftsführer maßgeblich den Umsatz und Gewinn ihrer Märkte und übernehmen Verantwortung für den Unternehmenserfolg. Vom unternehmerischen Gestaltungsspielraum und von der Kreativität einzelner Märkte profitiert jeweils die gesamte Vertriebsmarke. Gleichzeitig ziehen die einzelnen Standorte großen Nutzen aus der Leistungsstärke des Verbunds. Die dezentrale Führungsstruktur trägt somit wesentlich zum anhaltend profitablen Wachstum der Media-Saturn-Unternehmensgruppe bei.

Aufmerksamkeitsstarke Werbekampagnen treffen den Zeitgeist

Mit unkonventionellen, emotionalen Werbeauftritten haben Media Markt und Saturn in Deutschland einen Bekanntheitsgrad von hundert Prozent der Bevölkerung erreicht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr gelang es beiden Formaten, ihre Markenprofile in der Öffentlichkeit weiter zu schärfen und ihre Positionen als unverwechselbare Retail Brands auszubauen. Wesentlich dazu beigetragen haben erneut der Media Markt Slogan „Ich bin doch nicht blöd“ sowie die Werbebotschaft von Saturn „Geiz ist geil!“. Beide Kampagnen treffen den Zeitgeist – sie sprechen nicht nur den

Media Markt und Saturn	2005
Umsatz	13,3 Mrd. €
EBIT	510 Mio. €
Standorte	558 in 12 Ländern
Gesamtverkaufsfläche	1,7 Mio. m ²
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt auf Vollzeitbasis)	37.230

preisbewussten Kunden an, sondern sind Ausdruck einer modernen, dynamischen und kundenorientierten Unternehmensphilosophie. Auf positive Resonanz stießen darüber hinaus Sonderaktionen der Vertriebsmarken. Unter dem Motto „Heute zahlt Deutschland keine Mehrwertsteuer“ gewährte Media Markt seinen Kunden zum Jahresbeginn 2005 einen Rabatt in Höhe von 16 Prozent auf das gesamte Sortiment. Saturn bot 100 Produkte zum Einkaufspreis an. Für Aufmerksamkeit sorgten zudem die Saisonkampagnen der Vertriebsmarken. Ganz im Zeichen der internationalen Expansion stand der Slogan „Saturn wächst nach Europa – mehr Leistung für Sie!“. Die Werbebotschaft von Media Markt lautete: „Bester Media Markt aller Zeiten – Wir holen den Titel!“.

Beide Vertriebsformate haben ihre Kommunikation über das Internet im Jahr 2005 konsequent weiterentwickelt. Unter anderem ging Saturn mit einem eigenen Musikdownload an den Start. MediaOnline.de hat seine Homepage unter www.mediaonline.de fünf Jahre nach dem Start vollständig überarbeitet und neu gestaltet.

Media Markt und Saturn richten sich auf den demografischen Wandel ein und übernehmen gleichzeitig gesellschaftspolitische Verantwortung

Aufgrund ihrer dynamischen Entwicklung und ihres hohen Expansionstempos haben Media Markt und Saturn einen hohen Bedarf an kompetenten und motivierten Fachkräften. Allein im Ausbildungsjahr 2005 stellten die Vertriebsmarken über 1.000 neue Auszubildende ein und unterstrichen

mit insgesamt fast 2.650 Lehrstellen ihr Engagement im Bereich der Erstausbildung. Außerdem gehörten Media Markt und Saturn, die Jahr für Jahr weit mehr als 1.000 neue Arbeitsplätze schaffen, auch im vergangenen Jahr in Deutschland wieder mit zum Kreis derjenigen Arbeitgeber mit der höchsten Zahl von Neueinstellungen.

Durch ihre vorausschauende, auf die Gewinnung leistungsfähigen Nachwuchses gerichtete Personalpolitik bereitet sich die Unternehmensgruppe auf den zu erwartenden Rückgang an qualifiziertem Personal im Zuge des demografischen Wandels vor und leistet gleichzeitig einen aktiven Beitrag zur Entlastung des Arbeitsmarkts und zur Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit.

Galeria Kaufhof

Die schwerpunktmäßig auf den deutschen Markt fokussierte Kaufhof Warenhaus AG ist Konzept- und Systemführerin im Warenhausgeschäft. Galeria Kaufhof Warenhäuser bereichern mit ihrem anspruchsvollen, qualitativ hochwertigen Markensortiment und einem umfangreichen Serviceangebot, präsentiert in bunten Erlebniswelten, die Einkaufsmeilen der innerstädtischen Zentren. In einem schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld und unter dem Eindruck allgemeiner Konsumzurückhaltung der Verbraucher hat Kaufhof sich zum Ziel gesetzt, sich verstärkt als moderner Lifestyle-Anbieter auf dem Markt zu positionieren.

Im Mittelpunkt dieser Neuausrichtung steht der Aufbau einer starken Marke mit klarem, authentischem Profil und einem attraktiven Markenversprechen auf Basis des

Galeria Kaufhof	2005
Umsatz	3,6 Mrd. €
EBIT	69 Mio. €
Standorte	142 in 2 Ländern
Gesamtverkaufsfläche	1,5 Mio. m ²
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt auf Vollzeitbasis)	19.409

erfolgreichen Galeria-Konzepts. Mit diesem Ziel hat die Vertriebslinie ihre bisher verfolgte Sortimentsstrategie geändert und konzentriert sich noch stärker als bisher auf international bekannte Markenartikel, ergänzt durch hochwertige Exklusivmarken. Gleichzeitig wird das erfolgreiche Shop-in-Shop-System weiter ausgebaut und die Fortbildung der Mitarbeiter intensiviert. Zusätzlich unterstreicht Kaufhof mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis seine Preiskompetenz. Mit einer Mischung aus Erlebnis-kauf, Dienstleistung und Unterhaltung will die Vertriebslinie verstärkt die Zielgruppe der über 35-Jährigen ansprechen. Eingeleitet wurde die strategische Neupositionierung mit einem grundlegend gewandelten, aufmerksamkeitsstarken Werbeauftritt des Unternehmens im Frühjahr 2005. Deren zentrales Gestaltungselement ist eine grüne Banderole mit dem Galeria-Logo und dem Aufdruck „Ich freu' mich drauf!“.

Galeria Kaufhof Aachen als Prototyp einer neuen Warenhaus-Generation

Die Akzentverschiebung im Markenauftritt von Kaufhof auf der Grundlage des erfolgreichen Galeria-Konzepts ist erlebbar in der in Aachen im Jahr 2005 neu eröffneten 100. Galeria-Filiale. Dieses Warenhaus verkörpert mit mehr als 100 Markenshops in verschiedenen Warenwelten die Zukunft der Galeria-Warenhäuser. Durch eine großzügige, anspruchsvolle Raumgestaltung, eine aufwändige Warenpräsentation und eine intensive Betreuung durch qualifiziertes Fachpersonal werden Kaufanreize geschaffen und wird der Einkauf für den Kunden zum Erlebnis.

Exklusivmarken made by Galeria Kaufhof

Neben einem stark erweiterten Angebot national und international bekannter Markenhersteller bietet Kaufhof seinen Kunden ein attraktives Sortiment exklusiver Eigenmarken, das sich durch hohe Qualität zum günstigen Preis auszeichnet. Mit den Eigenmarken greift das Unternehmen gezielt aktuelle Markt- und Modetrends auf und entspricht den sich schnell wandelnden Wünschen und Erwartungen der Kunden im Modesektor. 2005 hat Kaufhof vier hochwertige Galeria-Exklusivmarken kreiert und bundesweit in sein Angebot aufgenommen. Die Marken „Mark Adam New York“ und „Miss H“ bei den Damen sowie „Rover & Lakes“ und „Redwood“ bei den Herren bieten Komplett-Outfits und passende Accessoires für klar definierte Zielgruppen. Die eindeutige Handschrift der Galeria-Modedesigner, speziell gestaltete Shops sowie ein schneller Kollektions-Rhythmus machen die neuen Exklusivmarken zu einem unverwechselbaren Bestandteil des Galeria-Lifestyle-Konzepts.

Payback-Programm weiter ausgebaut

Payback ist mit weltweit 29 Millionen Mitgliedern das erfolgreichste Kundenbindungsprogramm in Deutschland. Allein Galeria Kaufhof zählt acht Millionen Karteninhaber. Das Programm bietet eine hervorragende vertrauensbildende Plattform für eine individuelle Kundenansprache und ein zielgruppenspezifisches Marketing. Dies fördert die Zufriedenheit des Kunden und seine Bereitschaft, eine längerfristig angelegte Verbindung zu Galeria Kaufhof als „seinem“ Partner im Handel einzugehen. Das wiederum ist die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg der Vertriebslinie. Angesichts dieser herausragenden Bedeutung von Payback hat die Vertriebslinie 2005 das Potenzial des Kundenbindungsprogramms im Rahmen einiger zielgruppenspezifischer Marketingmaßnahmen noch intensiver als bislang ausgeschöpft.

Technische Innovationen steigern die Leistungsfähigkeit

Mit dem Einsatz moderner Technologien schafft Galeria Kaufhof einerseits wesentliche Voraussetzungen für einen weiter verbesserten Service für den Kunden, andererseits lassen sich dadurch entlang der gesamten Prozesskette, vor allem jedoch in der Logistik, erhebliche Einsparpotenziale generieren. Erst diese Technologien machen eine individuelle Betreuung auch großer Kundenkreise möglich. So gestattet erst der elektronische Datenaustausch einen reibungslosen, ununterbrochenen Informationsfluss, wie er für eine effiziente, weltweite Warensteuerung unverzichtbar ist, zwischen Kaufhof, seinen Lieferanten und den Herstellern. Kaufhof setzt daher nachhaltig auf die neuen Technologien und treibt unter anderem die verstärkte Nutzung des elektronischen Lieferavis voran. Gemeinsam mit den Lieferanten will das Unternehmen außerdem das „Cross Docking“ weiter ausbauen. Durch den weitgehenden Verzicht auf eine Zwischenlagerung der Waren können die Bestandsvolumina nämlich deutlich reduziert und die Kosten in erheblichem Umfang gesenkt werden.

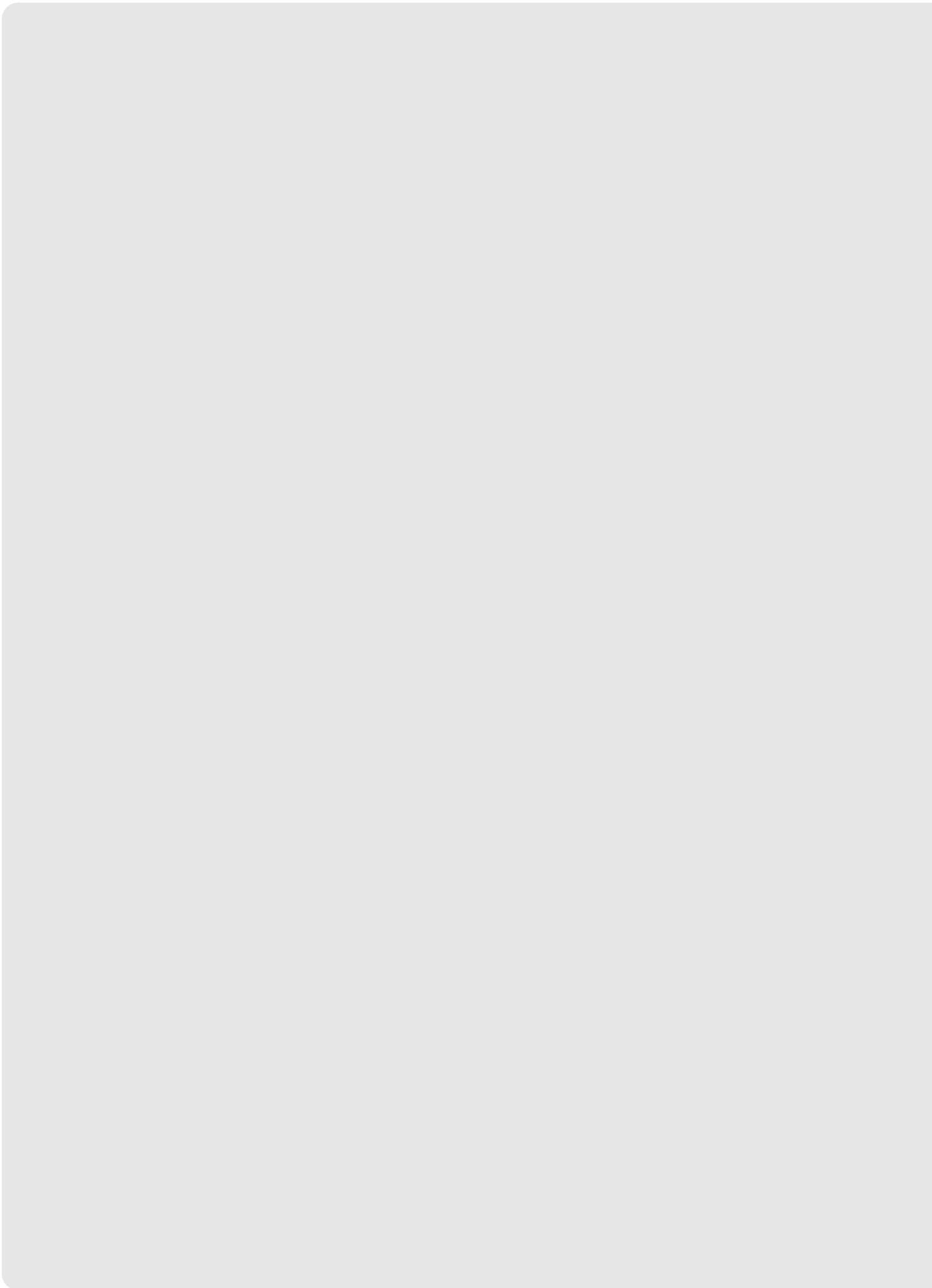
Bereits im November 2004 hat Kaufhof mit der Implementierung von RFID in der Logistik und im Lagermanagement begonnen. In Kooperation mit Konsumgüterherstellern und IT-Industrie schöpft das Unternehmen zunehmend die Kostensenkungspotenziale aus, die der Einsatz von RFID-Transpondern auf Paletten und Paketen bietet. Darüber hinaus entwickelt das Unternehmen gemeinsam mit der Standardisierungsorganisation GS1 Germany Anwendungsmöglichkeiten von RFID-Etiketten auf einzelnen Artikeln in der Bekleidungsbranche. RFID soll künftig neben der automatischen Identifizierung der Produkte auch der Warensicherung dienen.

Brief an die Aktionäre
Bericht des Aufsichtsrats
Metro-Aktie
Konzernlagebericht
Metro-Vertriebsmarken

Konzernabschluss

Gewinn- und Verlustrechnung	83
Bilanz	84
Kapitalflussrechnung	86
Eigenkapitalentwicklung	87
Konzernanhang	88
Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses	88
Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	105
Erläuterungen zur Bilanz	112
Sonstige Erläuterungen	140
Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 bzw. 264 b HGB	159
Übersicht der wesentlichen Konzerngesellschaften	167
Organe der METRO AG und deren Mandate	168
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	172

Corporate Governance Bericht
Ergänzende Informationen



Konzernabschluss

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2005

Mio. €	Anhang Nr.	2005	2004 ¹
Umsatzerlöse	1	55.722	53.475
Einstandskosten der verkauften Waren		-44.086	-42.431
Bruttoergebnis vom Umsatz		11.636	11.044
Sonstige betriebliche Erträge	2	1.149	1.056
Vertriebskosten	3	-9.885	-9.289
Allgemeine Verwaltungskosten	4	-1.094	-992
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	-68	-96
Betriebliches Ergebnis EBIT		1.738	1.723
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	6	58	35
Sonstiges Beteiligungsergebnis	7	16	-4
Zinsertrag	8	143	151
Zinsaufwand	8	-614	-628
Übriges Finanzergebnis	9	17	-17
Finanzergebnis		-380	-463
Ergebnis vor Steuern EBT		1.358	1.260
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	10	-740	-402
davon aus Abschreibungen aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge Real Deutschland		(-307)	(-)
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten		618	858
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	37	31	69
Periodenergebnis		649	927
Den Minderheitenanteilen zuzurechnender Gewinn	11	118	99
davon aus fortgeführten Aktivitäten		(117)	(98)
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		(1)	(1)
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnender Gewinn		531	828
davon aus fortgeführten Aktivitäten		(501)	(760)
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		(30)	(68)
Ergebnis je Aktie in €	12	1,63	2,53
davon aus fortgeführten Aktivitäten		(1,54)	(2,32)
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		(0,09)	(0,21)

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden, vgl. Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Bilanz zum 31. Dezember 2005

Aktiva

Mio. €	Anhang Nr.	Stand 31.12.2005	Stand 31.12.2004 ¹
Langfristige Vermögenswerte		17.580	17.452
Geschäfts- oder Firmenwerte	18	4.154	4.132
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	19	433	394
Sachanlagen	20	11.037	10.560
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	21	228	256
Finanzielle Vermögenswerte	22	136	143
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	23	482	422
Latente Steueransprüche	24	1.110	1.545
Kurzfristige Vermögenswerte		11.187	10.900
Vorräte	25	6.246	6.272
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	367	355
Finanzielle Vermögenswerte		13	28
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	23	2.200	1.936
Ertragsteuererstattungsansprüche		253	202
Zahlungsmittel	27	1.767	2.107
Zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte	37	341	-
		28.767	28.352

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden, vgl. Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Passiva

Mio. €	Anhang Nr.	Stand 31.12.2005	Stand 31.12.2004 ¹
Eigenkapital	28	5.313	4.849
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.721	1.302
Minderheitenanteile am Eigenkapital		206	161
Langfristige Schulden		8.408	8.844
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	29	995	1.006
Sonstige Rückstellungen	30	447	469
Finanzielle Schulden	33	6.046	6.418
Sonstige Verbindlichkeiten	34	433	423
Latente Steuerschulden	24	487	528
Kurzfristige Schulden		15.046	14.659
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	32	10.952	10.771
Rückstellungen	30	288	310
Finanzielle Schulden	33	1.590	1.384
Sonstige Verbindlichkeiten	34	1.967	1.916
Ertragsteuerschulden		249	278
		28.767	28.352

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden, vgl. Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Kapitalflussrechnung¹

Mio. €	2005	2004 ²
EBIT	1.738	1.723
Abschreibungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	1.200	1.118
Veränderung von Pensions- und sonstigen Rückstellungen	-19	58
Veränderung des Netto-Betriebsvermögens	66	535
Zahlungen Ertragsteuern	-499	-546
Sonstiges	-452	-133
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten	2.034	2.755
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit der nicht fortgeführten Aktivitäten	150	96
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit gesamt	2.184	2.851
Erstkonsolidierung Adler	19	0
Investitionen in Sachanlagen (ohne Finanzierungs-Leasing)	-1.922	-1.434
Sonstige Investitionen	-253	-226
Unternehmensveräußerungen	48	0
Einzahlungen aus Desinvestition Praktiker	670	0
Anlagenabgänge	313	357
Cash Flow aus Investitionstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten	-1.125	-1.303
Cash Flow aus Investitionstätigkeit der nicht fortgeführten Aktivitäten	-43	-32
Cash Flow aus Investitionstätigkeit gesamt	-1.168	-1.335
Gewinnausschüttungen		
an METRO AG Gesellschafter	-334	-334
an andere Gesellschafter	-72	-70
Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten	935	1.521
Tilgung von Finanzverbindlichkeiten	-1.415	-1.506
Gezahlte Zinsen	-637	-622
Erhaltene Zinsen	137	151
Ergebnisübernahmen und sonstige Finanztätigkeit	-6	-47
Cash Flow aus Finanztätigkeit der fortgeführten Aktivitäten	-1.392	-907
Cash Flow aus Finanztätigkeit der nicht fortgeführten Aktivitäten	23	-83
Cash Flow aus Finanztätigkeit gesamt	-1.369	-990
Summe der Cash Flows gesamt	-353	526
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel	13	0
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel	-340	526
Zahlungsmittel 1. Januar gesamt	2.107	1.581
Zahlungsmittel 31. Dezember gesamt	1.767	2.107
abzüglich der Zahlungsmittel zum 31. Dezember aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	-45
Zahlungsmittel 31. Dezember aus fortgeführten Aktivitäten	1.767	2.062

¹Die Kapitalflussrechnung wird im Anhang unter Nr. 35 erläutert

²Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden, vgl. Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Eigenkapitalentwicklung¹

Mio. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Summe	Minderheitenanteile	Summe Eigenkapital
1.1.2004	835	2.551	775	4.161	188	4.349
Adjustierung IAS 32	-	-	-8	-8	-73	-81
Adjustierung IAS 37 in Verbindung mit IAS 8	-	-	-60	-60	-	-60
Adjustierung IFRS 2	-	-	7	7	-	7
1.1.2004 adjustiert	835	2.551	714	4.100	115	4.215
Periodenergebnis	-	-	828	828	99	927
Ausschüttung	-	-	-334	-334	-67	-401
Folgebewertung IAS 39	-	-	18	18	-	18
Währungsumrechnung	-	-	81	81	-	81
Sonstiges	-	-	-5	-5	14	9
31.12.2004/1.1.2005	835	2.551	1.302	4.688	161	4.849
Erstkonsolidierung Adler	-	-	23	23	-	23
Periodenergebnis	-	-	531	531	118	649
Ausschüttung	-	-	-334	-334	-72	-406
Folgebewertung IAS 39	-	-	26	26	-	26
Währungsumrechnung	-	-	169	169	1	170
Sonstiges	-	-	4	4	-2	2
31.12.2005	835	2.551	1.721	5.107	206	5.313

¹Adjustierung der Vorjahreswerte aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden, vgl. Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Konzernanhang

Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzernabschluss der METRO AG wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB), London, aufgestellt und berücksichtigt alle bis zum 31. Dezember 2005 verabschiedeten und verpflichtend anzuwendenden Bilanzierungsstandards und Interpretationen, wie sie in der EU anzuwenden sind.

Der vorliegende Abschluss basiert grundsätzlich auf dem historischen Anschaffungskostenprinzip mit Ausnahme der zum Fair Value bilanzierten Finanzinstrumente sowie der Vermögenswerte und Schulden, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair Value Hedges mit deren Fair Value bewertet werden. Ferner sind langfristige zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte und Abgangsgruppen mit dem Fair Value abzüglich Veräußerungskosten bilanziert, sofern dieser Wert unter dem Buchwert liegt.

Zur Verbesserung der Klarheit und Aussagefähigkeit werden einzelne Posten in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt. Alle Beträge sind, sofern auf Abweichungen nicht besonders hingewiesen wird, in Millionen Euro (Mio. €) angegeben.

Die im Folgenden dargestellten Bilanzierungsmethoden kamen bei der Erstellung des Konzernabschlusses zur Anwendung.

Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden

Überarbeitete und neue Rechnungslegungsvorschriften

Im vorliegenden Konzernabschluss kamen erstmals diejenigen vom IASB überarbeiteten und neu herausgegebenen Bilanzierungsstandards und Interpretationen zur Anwendung, deren Anwendung im Geschäftsjahr 2005 für die METRO AG verpflichtend war:

- IAS 1 (Presentation of Financial Statements)
- IAS 2 (Inventories)
- IAS 8 (Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors)
- IAS 10 (Events after the Balance Sheet Date)
- IAS 16 (Property, Plant and Equipment)
- IAS 17 (Leases)
- IAS 21 (The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates)
- IAS 24 (Related Party Disclosures)
- IAS 27 (Consolidated and Separate Financial Statements)
- IAS 28 (Investments in Associates)

- IAS 31 (Interests in Joint Ventures)
- IAS 32 (Financial Instruments: Disclosure and Presentation)
- IAS 33 (Earnings per Share)
- IAS 39 (Financial Instruments: Recognition and Measurement)
- IAS 40 (Investment Property)
- IFRS 2 (Share-based Payment)
- IFRS 5 (Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operations)
- SIC-12 (Consolidation – Special Purpose Entities)
- IFRIC 1 (Changes in Existing Decommissioning, Restoration and Similar Liabilities)
- IFRIC 2 (Members' Shares in Co-operative Entities and Similar Instruments)

Die wesentlichen Auswirkungen aus der Erstanwendung der geänderten und neuen Rechnungslegungsvorschriften beschränken sich auf nachfolgend ausgeführte Standards:

IAS 1 (Presentation of Financial Statements)

Beginnend mit dem Geschäftsjahr 2005, ist die Konzernbilanz strikt nach Fristigkeit zu gliedern. Die Bilanzpositionen sind demnach in kurz- und langfristige Vermögenswerte und Schulden aufzuteilen. Vermögenswerte und Schulden mit einer Laufzeit von unter einem Jahr werden dabei grundsätzlich als kurzfristig, mit einer Laufzeit von über einem Jahr grundsätzlich als langfristig klassifiziert. Ferner sind die Minderheitenanteile in der Konzernbilanz innerhalb des Eigenkapitals getrennt vom Eigenkapital des Mutterunternehmens auszuweisen. Die Vorjahreszahlen waren in beiden Fällen entsprechend anzupassen.

IAS 32 (Financial Instruments: Disclosure and Presentation)

Gemäß dem überarbeiteten IAS 32 stellen Finanzinstrumente, die den Inhaber zur Rückgabe an den Emittenten berechtigen („Kündbare Finanzinstrumente“), finanzielle Verbindlichkeiten des Emittenten dar. Danach sind insbesondere mit Andienungsrechten ausgestattete Gesellschaftsanteile als Fremdkapital und nicht mehr als Eigenkapital zu klassifizieren. Aufgrund der Erstanwendung dieser Bilanzierungsvorschrift waren bestimmte, mit Kündigungsrechten versehene Minderheitenanteile als Schulden auszuweisen. Die Andienungsrechte wurden als „contingent consideration“ in analoger Anwendung der Regelungen zur Abbildung von Unternehmenszusammenschlüssen nach IAS 22 bzw. IFRS 3 behandelt. Ausschüttungen an solche Minderheitengeschafter werden als Zinsaufwand ausgewiesen. Wegen der von IAS 32 geforderten retrospektiven Anwendung waren die Vorjahreszahlen entsprechend anzupassen.

Die Andienungsrechte wurden zum größten Teil im Jahr 2002 vereinbart. Zum 1.1.2004 resultierten hieraus zusätzliche sonstige Verbindlichkeiten in Höhe von 275 Mio. €, Zugänge im Bereich der Geschäfts- oder Firmenwerte von 194 Mio. € und eine Eigenkapitalminderung in Höhe von 81 Mio. €. Letztere setzt sich mit 8 Mio. € aus der bis Ende 2003 vorzunehmenden planmäßigen Abschreibung der Geschäfts- oder Firmenwerte und mit 73 Mio. € aus der Ausbuchung der bisher bilanzierten Minderheitenanteile zusammen.

Aufgrund der jährlich vorzunehmenden Bewertung der Andienungsrechte und der wegen ihrer größtenteils langfristigen Fälligkeit notwendigen Aufzinsung stiegen die Verbindlichkeiten im Geschäftsjahr um 21 Mio. € auf 275 Mio. € (Vorjahr Rückgang um 21 Mio. € auf 254 Mio. € aufgrund der zusätzlichen Ausübung eines Andienungsrechts). Der entsprechende Geschäfts- oder Firmenwert stieg um 16 Mio. € auf nunmehr 216 Mio. € an (Vorjahr Anstieg um 6 Mio. € auf 200 Mio. €). Durch die jährliche Aufzinsung entstand ein Zinsaufwand in Höhe von 12 Mio. € (Vorjahr 11 Mio. €). Die Anpassung der auszubuchenden Minderheitenanteile betrug 7 Mio. € (Vorjahr 7 Mio. €). Der den Minderheiten zuzurechnende Gewinn reduzierte sich um 9 Mio. € (Vorjahr 8 Mio. €).

IFRS 2 (Share-based Payment)

Der im Februar 2004 verabschiedete IFRS 2 regelt erstmals verbindlich die bilanzielle Abbildung von anteilsbasierten Vergütungen. Die aktienorientierten Vergütungssysteme für Führungskräfte der METRO Group sind gemäß IFRS 2 als „anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich“ (cash-settled share-based payment transactions) zu klassifizieren. Für diese sind ratierliche, mit dem Fair Value der eingegangenen Verpflichtungen zu bewertende Rückstellungen zu bilden. Der ratierliche Aufbau der Rückstellungen hat dabei erfolgswirksam als Personalaufwand über die jeweils zu Grunde liegende Sperrfrist verteilt zu erfolgen. Soweit die gewährten anteilsbasierten Vergütungen durch den Abschluss korrespondierender Sicherungsgeschäfte abgesichert wurden, werden die Sicherungsgeschäfte zum Fair Value bewertet und unter den sonstigen Vermögenswerten ausgewiesen. Hierbei wird der Teil der Wertschwankung der Sicherungsgeschäfte in dem Maße, in dem sie der Wertschwankung der anteilsbasierten Vergütungen entsprechen, erfolgswirksam im Personalaufwand erfasst. Der überschießende Teil der Wertschwankungen wird erfolgsneutral im Eigenkapital gezeigt.

Aufgrund der geforderten rückwirkenden Anwendung des IFRS 2 auf bereits bestehende aktienbasierte Vergütungssysteme ergaben sich geringfügige Änderungen in den Vorjahreszahlen, die bisher im Wesentlichen nur die ratierliche Verteilung der Anschaffungskosten der Sicherungsgeschäfte beinhalteten. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Zum 1.1.2004 resultierte hieraus eine zusätzliche sonstige Rückstellung in Höhe von 4 Mio. €, ein um 15 Mio. € erhöhter sonstiger Vermögenswert sowie unter Berücksichtigung latenter Steuern eine Eigenkapitalerhöhung von 7 Mio. €. Unter Berücksichtigung der ratierlichen Bewertung und der zwischenzeitlichen teilweisen Ausübung der anteilsbasierten Vergütungen beträgt die zusätzliche Rückstellung im Geschäftsjahr 26 Mio. € (Vorjahr 26 Mio. €). Der zusätzliche sonstige Vermögenswert beträgt 35 Mio. € (Vorjahr 48 Mio. €). Im Geschäftsjahr resultierte hieraus eine Minderung des Personalaufwands im Bereich der Vertriebskosten von 2 Mio. € (Vorjahr 3 Mio. €). Die erfolgsneutral im Eigenkapital erfasste Veränderung des Anteils der Wertschwankung der Sicherungsgeschäfte beträgt -15 Mio. € (Vorjahr 8 Mio. €).

IFRS 5 (Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operations)

IFRS 5 regelt zum einen erstmals die Bilanzierung von zur Veräußerung vorgesehenen langfristigen Vermögenswerten. Zum anderen ersetzt IFRS 5 den bisher für die bilanzielle Abbildung von nicht fortgeführten Aktivitäten gültigen IAS 35 (Discontinuing Operations).

Gemäß IFRS 5 sind langfristige Vermögenswerte als „zur Veräußerung vorgesehen“ zu klassifizieren, sofern deren zugehörige Buchwerte vornehmlich durch Veräußerung und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert werden sollen. Diese Vermögenswerte sind zum niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten anzusetzen und in der Bilanz gesondert auszuweisen. Sollen neben den langfristigen Vermögenswerten auch direkt damit in Verbindung stehende Verbindlichkeiten veräußert werden, sind die Vermögenswerte und Schulden zu einer Abgangsgruppe zusammenzufassen. Die genannten Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften gelten in diesem Fall für die Abgangsgruppe in ihrer Gesamtheit.

IFRS 5 fordert darüber hinaus, einen Unternehmensbestandteil als nicht fortgeführte Aktivität zu bilanzieren, wenn dieser Unternehmensbestandteil zur Veräußerung vorgesehen ist oder bereits veräußert wurde. Die nicht fortgeführten Aktivitäten sind mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten anzusetzen. In Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung und Segmentberichterstattung sind nicht fortgeführte Aktivitäten als solche jeweils gesondert darzustellen und im Anhang zu erläutern. Vorjahreszahlen sind hierbei – mit Ausnahme der Bilanz – entsprechend anzupassen. IFRS 5 erfordert, über die Trennung von der Vertriebslinie Praktiker als nicht fortgeführte Aktivität zu berichten (vgl. hierzu Anhangangabe Nr. 37).

Im Rahmen der Neuregelung des IFRS 5 wurde das bisherige Konsolidierungsverbot bei Erwerben mit Weiterveräußerungsabsicht in IAS 27 (Consolidated and Separate Financial Statements) aufgehoben. Der geänderte Standard ist, beginnend mit dem Geschäftsjahr 2005, erstmals anzuwenden. Die Adler Modemärkte GmbH und ihre Tochtergesellschaften (Adler-Modemärkte) wurden in 2004 mit bestehender Weiterveräußerungsabsicht erworben. Aufgrund der geänderten Regelung in IAS 27 werden die Adler-Modemärkte seit dem ersten Quartal 2005 konsolidiert. Die Vorjahreszahlen wurden aufgrund der untergeordneten Bedeutung nicht angepasst. Vergleiche hierzu die Erläuterungen unter Konsolidierungskreis und assoziierte Unternehmen.

Die Erstanwendung der übrigen oben genannten Rechnungslegungsvorschriften zeigte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Zwischenzeitlich wurden vom IASB eine Reihe weiterer Bilanzierungsstandards und Interpretationen neu verabschiedet bzw. überarbeitet, die ab dem 1.1.2006 bzw. 1.1.2007 erstmals verpflichtend anzuwenden sind, sofern sie von der EU übernommen werden. Diese Rechnungslegungsvorschriften werden – sofern einschlägig – von der METRO AG ab dem Geschäftsjahr 2006 bzw. 2007 angewandt:

Nr.	Titel	Anwendung ab
IAS 1	(Presentation of Financial Statements – Added disclosures about an entity’s capital)	1.1.2007
IAS 19	(Employee Benefits)	1.1.2006
IAS 39	(Financial Instruments: Recognition and Measurement – amendment for hedges of forecast intragroup transactions)	1.1.2006

Nr.	Titel	Anwendung ab
IAS 39	(Financial Instruments: Recognition and Measurement – amendment for fair value option)	1.1.2006
IAS 39	(Financial Instruments: Recognition and Measurement – amendment for financial guarantee contracts)	1.1.2006
IFRS 4	(Insurance Contracts – amendment for financial guarantee contracts)	1.1.2006
IFRS 6	(Exploration for and Evaluation of Mineral Resources)	1.1.2007
IFRS 7	(Financial Instruments: Disclosures)	1.1.2007
IFRIC 4	(Determination whether an Arrangement Contains a Lease)	1.1.2006
IFRIC 5	(Rights to Interests arising from Decommissioning, Restoration and Environmental Rehabilitation Funds)	1.1.2006
IFRIC 6	(Liabilities arising from Participation in a Specific Market – Waste Electrical and Electronic Equipment)	1.1.2006
IFRIC 7	(Applying the Restatement Approach under IAS 29 Financial Reporting in Hyperinflationary Economies)	1.1.2007
IFRIC 8	(Scope of IFRS 2)	1.1.2007

Die Erstanwendung der genannten Rechnungslegungsvorschriften wird nach derzeitiger Einschätzung zu keinen wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns führen.

Geänderte Bilanzierungsmethoden

Die Bewertung der **Warenvorräte** zum 31. Dezember 2004 erfolgte unter Berücksichtigung einer präziseren Ermittlung von Anschaffungsnebenkosten, Anschaffungskostenminderungen und Nettoveräußerungswerten. Im Geschäftsjahr 2005 resultierte hieraus eine strukturelle ergebnisneutrale Verschiebung zwischen den Umsatz- und den Vertriebskosten. Darüber hinaus wurde erstmals eine Saldierung von Werbekostenzuschüssen mit den zugehörigen Werbeaufwendungen vorgenommen. Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 2 (Inventories) in Verbindung mit IAS 8 (Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors) entsprechend angepasst.

Im Einzelnen ergab sich eine strukturelle Verschiebung von Personalkosten – im Wesentlichen aus Einkauf und Warenannahme – in Höhe von 322 Mio. € (Vorjahr 313 Mio. €) aus den Vertriebskosten in die Umsatzkosten sowie eine Umgliederung von mit Werbeaufwendungen saldierungsfähigen Erträgen aus Werbekostenzuschüssen in Höhe von 252 Mio. € (Vorjahr 235 Mio. €) aus den Umsatzkosten bzw. in Höhe von 420 Mio. € (Vorjahr 375 Mio. €) aus den sonstigen betrieblichen Erträgen in die Vertriebskosten.

Insgesamt wurden die Vertriebskosten um 994 Mio. € (Vorjahr 923 Mio. €) entlastet, die Umsatzkosten um 574 Mio. € (Vorjahr 548 Mio. €) und die sonstigen betrieblichen Erträge um 420 Mio. € (Vorjahr 375 Mio. €) belastet.

Die METRO AG ist davon überzeugt, dass der Abschluss durch die geänderten Darstellungen insgesamt relevantere Informationen für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage bzw. der Cash Flows vermittelt.

Ab dem Geschäftsjahr 2005 werden Immobilien, die nicht der Leistungserstellung dienen und nicht für Verwaltungszwecke genutzt werden, sondern zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zur Wertsteigerung gehalten werden, gesondert unter der Position „**Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien**“ gemäß IAS 40 (Investment Property) in den langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen. Die Bewertung als Finanzinvestition gehaltener Immobilien erfolgt gemäß dem Anschaffungskostenmodell mit deren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger und gegebenenfalls notwendiger außerplanmäßiger Abschreibungen. Investment Properties sind in der Bilanz separat auszuweisen und im Anhang detailliert zu erläutern. Zur Verbesserung der Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreswerte angepasst.

Per 1.1.2004 wurden insgesamt 194 Mio. € Investment Properties identifiziert, in der Bilanz gesondert ausgewiesen und entsprechend fortgeschrieben. Zum 31.12.2005 waren insgesamt 228 Mio. € im Bestand (Vorjahr 256 Mio. €). Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnungen ergaben sich nicht.

In 2005 hat die METRO AG ferner die angewandte Bilanzierungsmethode zur **Berücksichtigung standortbezogener Risiken** geändert. Standortbezogene Risiken können bei gemieteten Objekten bestehen. Hier erfolgte bereits für die Ermittlung der Rückstellungen für Mietunterdeckung eine Betrachtung der einzelnen Standorte. Dies gilt nun auch für weiterbetriebene Standorte, sofern sich aus der aktuellen Unternehmensplanung über die Grundmietzeit eine Unterdeckung für diesen Standort ergibt. Die Rückstellung wird maximal in Höhe der Unterdeckung bewertet, die sich bei einer möglichen Untervermietung des Standorts ergibt. Eine gegebenenfalls notwendige außerplanmäßige Abschreibung der zum jeweiligen Standort gehörenden langfristigen Vermögenswerte geht der Rückstellungsbildung jedoch vor. Die METRO AG ist davon überzeugt, dass diese Darstellungsweise die Risiko- und Chancenstruktur des Standortportfolios transparenter abbildet. Die Bilanzierungsmethode entspricht im Übrigen den sich weiterentwickelnden internationalen Gepflogenheiten der Branche, trägt der regionalen Kundenbindung Rechnung und ist zudem besser geeignet, eventuelle Standortrisiken frühzeitig zu berücksichtigen.

Die Änderung wurde gemäß IAS 37 (Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets) in Verbindung mit IAS 8 retrospektiv vorgenommen und führte zum 1.1.2004 durch Wertminderungen im Bereich sonstiger immaterieller Vermögenswerte und Sachanlagen von insgesamt 11 Mio. €, die Bildung von Rückstellungen für standortbezogene Risiken von 47 Mio. € sowie aktive latente Steuern von 7 Mio. € zu einer Eigenkapitalminderung in Höhe von 60 Mio. €. Im Geschäftsjahr betragen die Wertminderungen noch 1 Mio. € (Vorjahr 5 Mio. €), die Rückstellungen 38 Mio. € (Vorjahr 57 Mio. €) und die aktiven latenten Steuern 7 Mio. € (Vorjahr 6 Mio. €). Die Rückstellungen reduzierten sich im Geschäftsjahr, bedingt durch den Abgang von nicht fortgeführten Aktivitäten, um 31 Mio. € (Vorjahr 0 Mio. €).

Konsolidierungskreis und assoziierte Unternehmen

In den Konzernabschluss sind neben der METRO AG 671 (Vorjahr 654) inländische und 401 (Vorjahr 346) ausländische Tochterunternehmen einbezogen, die von der METRO AG gemäß IAS 27 (Consolidated and Separate Financial Statements) in Verbindung mit SIC-12 (Consolidation – Special Purpose Entities) beherrscht werden.

Nicht konsolidiert wurden 19 (Vorjahr 37) Tochterunternehmen, da ihr Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns insgesamt von untergeordneter Bedeutung ist. Der Umsatz dieser Gesellschaften macht deutlich weniger als ein Prozent des Konzernumsatzes aus.

Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt geändert:

Stand 1. Januar 2005	1.001
Veränderungen im Geschäftsjahr 2005:	
Verschmelzung auf andere Konzerngesellschaften	-31
Veräußerung von Anteilen	-18
Sonstige Abgänge	-10
Neugründungen	101
Sonstige Erstkonsolidierungen	15
Sonstige Zugänge	15
Stand 31. Dezember 2005	1.073

Die Veräußerung von Anteilen betrifft ausschließlich die im Zuge der Trennung von Praktiker veräußerten Gesellschaften.

Der Zugang aufgrund von Neugründungen (101 Gesellschaften) ist im Wesentlichen auf die Expansion in den Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn zurückzuführen.

Die sonstigen Erstkonsolidierungen betreffen die Einbeziehung von Gesellschaften, die Grundbesitz halten, der an die Vertriebslinien der METRO Group vermietet ist.

Die sonstigen Zugänge betreffen mit 10 Gesellschaften die aufgrund neuer/überarbeiteter Rechnungslegungsvorschriften erforderliche Einbeziehung der Adler-Modemärkte. Die Einbeziehung der am 25. März 2004 (Erwerbszeitpunkt) erworbenen Gesellschaften erfolgte aufgrund der insgesamt untergeordneten Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie die Cash Flows der METRO Group vereinfachend zum 1. Januar 2005. Zu einem Kaufpreis von 60 Mio. € wurden 100 Prozent der Stimmrechte und des Kapitals übernommen. Im Rahmen der auf Basis der Wertverhältnisse zum Erwerbszeitpunkt vorgenommenen Kaufpreisallokation ergab sich unter Berücksichtigung der neben einer Bankverbindlichkeit in Höhe von 280 Mio. € übernommenen Vermögenswerte und Schulden der Adler-Modemärkte ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 312 Mio. €. Das in 2005 in den Konzernabschluss einbezogene Ergebnis der Adler-Modemärkte betrug 14 Mio. €. Die Vorjahreszahlen wurden aufgrund der untergeordneten Bedeutung nicht angepasst.

Einflüsse aus der Veränderung des Konsolidierungskreises werden, sofern diese von besonderer Bedeutung sind, unter den entsprechenden Abschlussposten gesondert erläutert. Zur Trennung von Praktiker vgl. insbesondere Anhangangabe Nr. 37.

Ein assoziiertes Unternehmen (Vorjahr 2) wird nach der Equity-Methode bilanziert. Das assoziierte Unternehmen Loyalty Partner GmbH ging in 2005 ab (vgl. hierzu Anhangangabe Nr. 6). Nicht „at equity“ bilanziert werden insgesamt 14 Gesellschaften (Vorjahr 22), bei denen der METRO Group zwar Stimmrechte zwischen 20 Prozent und 50 Prozent zustehen, aber entweder die Assoziierungsvermutung widerlegt oder aus Wesentlichkeitsüberlegungen auf die Anwendung der Equity-Methode verzichtet werden konnte. Die Anteile werden zu Anschaffungskosten bilanziert.

Eine vollständige Aufstellung der Konzerngesellschaften sowie der assoziierten Unternehmen wird beim Handelsregister (HRB 39473) des Amtsgerichts Düsseldorf hinterlegt. Eine Übersicht der wesentlichen Konzerngesellschaften ist unter Anhang Nr. 51 aufgeführt.

Konsolidierungsgrundsätze

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden gemäß IAS 27 nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Soweit Geschäftsjahre einbezogener Tochterunternehmen nicht am Abschlussstichtag der METRO AG und damit am 31. Dezember enden, wurden für Zwecke der Konsolidierung Zwischenabschlüsse aufgestellt.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgte für Unternehmenszusammenschlüsse vor dem 1.1.2004 gemäß IAS 22 (Business Combinations) durch Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt ihres Erwerbs. Verbleibende positive Unterschiedsbeträge wurden hierbei nach Zuordnung von stillen Reserven und stillen Lasten als Geschäfts- oder Firmenwerte aktiviert und entsprechend ihrem wirtschaftlichen Nutzen linear ergebniswirksam abgeschrieben. Mit Erstanwendung des IFRS 3 (Business Combinations) wurde die planmäßige lineare Abschreibung der Geschäfts- oder Firmenwerte ab dem 1.1.2004 eingestellt. Geschäfts- oder Firmenwerte werden ab diesem Zeitpunkt regelmäßig einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch zwischendurch – auf Wertminderungen hin überprüft (Impairment-Test) und gegebenenfalls auf den niedrigeren erzielbaren Betrag (Recoverable Amount) abgeschrieben. Für Unternehmenserwerbe ab dem 1.1.2004 sind gemäß IFRS 3 ferner auch die auf die Minderheitenanteile entfallenden stillen Reserven und stillen Lasten aufzudecken und als „Minderheitenanteile“ zu zeigen.

Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen werden gemäß den für die Vollkonsolidierung geltenden Grundsätzen behandelt, wobei ein vorhandener Geschäfts- oder Firmenwert im Beteiligungsansatz und eventuell anfallende außerplanmäßige Abschreibungen hierauf entsprechend im Ergebnis aus assoziierten Unternehmen innerhalb des Finanzergebnisses enthalten sind. Gegebenenfalls abweichende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden in den der Equity-Bewertung zu Grunde liegenden Abschlüssen werden beibehalten, sofern sie den konzerneinheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der METRO Group nicht wesentlich entgegenstehen.

Anteile an verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen werden in Übereinstimmung mit IAS 39 (Financial Instruments: Recognition and Measurement) bilanziert. In Einzelabschlüssen getätigte Zu- bzw. Abschreibungen auf Anteile an konsolidierten Tochterunternehmen werden zurückgenommen.

Konzerninterne Gewinne und Verluste, Umsatzerlöse, Aufwendungen und Erträge sowie zwischen konsolidierten Tochterunternehmen bestehende Forderungen und Verbindlichkeiten bzw. Rückstellungen werden eliminiert. Zwischenergebnisse im Anlage- oder Vorratsvermögen aus konzerninternen Lieferungen werden eliminiert, wenn sie nicht von untergeordneter Bedeutung sind. Sofern die Voraussetzungen für eine Konsolidierung von Drittschuldverhältnissen vorliegen, wird hiervon Gebrauch gemacht. Auf Konsolidierungsvorgänge werden latente Steuern gemäß IAS 12 (Income Taxes) abgegrenzt.

Währungsumrechnung

In den Einzelabschlüssen der Tochterunternehmen werden Geschäftsvorfälle in fremder Währung mit dem Kurs zum Zeitpunkt der Erstverbuchung bewertet. Bis zum Bilanzstichtag eingetretenen Wechselkurschwankungen wird bei der Bewertung von Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten Rechnung getragen; Gewinne und Verluste hieraus werden ergebniswirksam berücksichtigt.

Die Jahresabschlüsse ausländischer Tochterunternehmen werden gemäß IAS 21 (The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates) nach dem Konzept der funktionalen Währung in Euro umgerechnet. Als funktionale Währung gilt hiernach die Währung des primären Wirtschaftsumfelds, in dem das Tochterunternehmen tätig ist. Da sämtliche einbezogenen Unternehmen ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbstständig betreiben, ist die jeweilige Landeswährung grundsätzlich die funktionale Währung. Die Umrechnung der Vermögenswerte und Schulden erfolgt daher zum Mittelkurs am Bilanzstichtag; die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden mit dem Jahresdurchschnittskurs umgerechnet. Differenzen aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen werden erfolgsneutral behandelt und unter den Gewinnrücklagen gesondert ausgewiesen. Im Jahr der Entkonsolidierung ausländischer Tochterunternehmen werden diese Währungsdifferenzen ergebniswirksam aufgelöst.

Die Jahresabschlüsse von Tochterunternehmen in Hochinflationländern werden gemäß IAS 29 (Financial Reporting in Hyperinflationary Economies) aufgestellt. Die Umrechnung der Vermögenswerte und Schulden erfolgt wie auch die Umrechnung der Posten der Gewinn- und Verlustrechnung zum Stichtagskurs. Vor der Umrechnung werden jedoch die nichtmonetären Bilanzposten sowie die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung dieser Unternehmen auf Grundlage geeigneter Indices zur Messung der Kaufkraft an die bis zum Bilanzstichtag eingetretenen Preisänderungen angepasst. Die sich aus dieser Indexierung ergebenden Kaufkraftgewinne oder -verluste werden erfolgswirksam in den sonstigen finanziellen Erträgen/Aufwendungen im übrigen Finanzergebnis erfasst. Die Hochinflationbilanzierung betrifft im Geschäftsjahr 2005 Konzernunternehmen mit Sitz in der Türkei, im Vorjahr zusätzlich Konzernunternehmen mit Sitz in Rumänien.

Für die Währungsumrechnung wurden hinsichtlich der für die METRO Group wichtigsten Währungen der Länder, die nicht an der Europäischen Währungsunion teilnehmen, folgende Wechselkurse zu Grunde gelegt:

	Durchschnittskurs je €		Stichtagskurs je €	
	2005	2004	31.12.2005	31.12.2004
Britisches Pfund	0,68401	0,67846	0,68720	0,70505
Bulgarischer Lew	1,95583	1,95583	1,95583	1,95583
Chinesischer Renminbi	10,19896	10,29068	9,51806	11,27342
Dänische Krone	7,45219	7,43971	7,46085	7,43880
Hongkong-Dollar	9,68207	9,68763	9,17960	10,54315
Indische Rupie	54,79039	56,27849	53,26750	58,66650
Japanischer Yen	136,89510	134,38463	139,12000	139,65000
Kroatische Kuna	7,39937	7,49567	7,37563	7,66455
Marokkanischer Dirham	11,02202	11,02682	10,94635	11,19815
Moldawischer Leu	15,65331	15,20096	15,18290	16,76400
Pakistanische Rupie	71,12220 ¹	–	70,69240 ¹	–
Polnischer Zloty	4,02327	4,53069	3,84570	4,08450
Rumänischer Leu	36.229,20000	40.520,50000	36.845,00000	39.390,00000
Russischer Rubel	35,21306	35,81658	34,18500	37,60080
Schweizer Franken	1,54843	1,54399	1,55530	1,54290
Serbischer Dinar	82,93610	72,60083	85,50000	79,08030
Singapur-Dollar	2,07081	2,10162	1,96855	2,21345
Slowakische Krone	38,60147	40,03454	37,84000	38,74500
Tschechische Krone	29,78005	31,90045	29,08500	30,46400
Neue Türkische Lira	1,67685	1,77504	1,59580	1,83620
Ukrainische Hrywnja	6,38699	6,61086	5,97163	7,20275
Ungarischer Forint	248,05260	251,74755	252,47000	245,97000
US-Dollar	1,24495	1,24314	1,18350	1,36210
Vietnamesischer Dong	19.732,62000	19.582,01000	18.839,79000	21.395,29000

¹Erstmalige Einbeziehung in den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005

Die Inflationsrate im Jahr 2005 betrug in der Türkei 8,0 Prozent (Vorjahr 8,6 Prozent).

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Die Erfassung von **Umsatzerlösen** und **sonstigen betrieblichen Erträgen** erfolgt grundsätzlich erst dann, wenn die Leistungen erbracht bzw. die Waren oder Erzeugnisse geliefert worden sind und damit der Gefahrenübergang auf den Kunden erfolgt ist.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung als Aufwand erfasst.

Dividenden werden grundsätzlich mit der Entstehung des Rechtsanspruchs auf Zahlung vereinnahmt. **Zinsen** werden periodengerecht, gegebenenfalls unter Anwendung der Effektivzinsmethode, als Aufwand bzw. Ertrag erfasst.

Immaterielle Vermögenswerte

Geschäfts- oder Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung werden in Übereinstimmung mit IFRS 3 aktiviert und regelmäßig einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch zwischendurch – auf Wertminderungen hin überprüft und gegebenenfalls auf den niedrigeren erzielbaren Betrag (Recoverable Amount) abgeschrieben. Eine Zuschreibung erfolgt bei Fortfall der Gründe einer in Vorjahren vorgenommenen außerplanmäßigen Abschreibung nicht.

Die Prüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte auf Wertminderung erfolgte auf Ebene der so genannten „zahlungsmittelgenerierenden Einheit“ (ZGE). Die ZGE ist definiert als die kleinste identifizierbare Gruppe von Vermögenswerten, die Mittelzuflüsse erzeugt, die weitestgehend unabhängig von den Mittelzuflüssen anderer Vermögenswerte oder anderer Gruppen von Vermögenswerten sind. Diese Bedingungen treffen für den Bereich der METRO Group auf die Organisationseinheit Vertriebslinie je Land zu.

Entgeltlich erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten angesetzt. **Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte** werden mit ihren Herstellungskosten aktiviert, wenn die Aktivierungskriterien gemäß IAS 38 (Intangible Assets) erfüllt sind. Die Herstellungskosten umfassen dabei alle dem Herstellungsprozess direkt oder indirekt zurechenbaren Kosten. Finanzierungskosten und Forschungskosten werden nicht aktiviert. Aktivierte selbst erstellte Software wird – entsprechend der erworbenen Software – aufgrund ihrer **begrenzten wirtschaftlichen Nutzungsdauer** planmäßig linear über einen Zeitraum von 3 bis 5 Jahren, Lizenzen werden über ihre Vertragslaufzeit abgeschrieben. Die genannten immateriellen Vermögenswerte werden zum Bilanzstichtag zusätzlich außerplanmäßig abgeschrieben, wenn der erzielbare Betrag (Recoverable Amount) unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten liegt. Eine Zuschreibung erfolgt bei Fortfall der Gründe einer in Vorjahren vorgenommenen außerplanmäßigen Abschreibung.

Sachanlagen

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens, die im Geschäftsbetrieb länger als ein Jahr genutzt werden, sind mit ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bewertet. Die Herstellungskosten der selbst erstellten Anlagen enthalten neben den Einzelkosten angemessene Teile der zurechenbaren Gemeinkosten. Finanzierungskosten werden nicht als Bestandteil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert. Erhaltene **Investitionszuschüsse** sowie freie Investitionszulagen werden berücksichtigt, indem die Anschaffungs- oder Herstellungskosten des entsprechenden Vermögenswerts um den Betrag des Zuschusses gekürzt werden. **Rückbauverpflichtungen** werden in Höhe des abgezinsten Erfüllungsbetrags in die Anschaffungs- oder Herstellungskosten einbezogen. Die aktivierten Rückbaukosten werden ratiert über die Nutzungsdauer des Vermögenswerts abgeschrieben.

Die Abschreibung der Sachanlagen erfolgt ausschließlich nach der linearen Methode. Den planmäßigen Abschreibungen liegen konzerneinheitlich folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern zu Grunde:

Gebäude	10 bis 33 Jahre
Einbauten in gemieteten Gebäuden	8 bis 15 Jahre bzw. kürzere Mietvertragsdauer
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 13 Jahre
Maschinen	3 bis 8 Jahre

Das wirtschaftliche Eigentum an **Leasinggegenständen** ist in Übereinstimmung mit IAS 17 (Leases) dem Leasingnehmer zuzurechnen, wenn dieser alle wesentlichen mit dem Gegenstand verbundenen Chancen und Risiken trägt (Finanzierungs-Leasing). Sofern das wirtschaftliche Eigentum den Unternehmen der METRO Group zuzurechnen ist, erfolgt die Aktivierung des Leasinggegenstands zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses in Höhe des Fair Values bzw. des niedrigeren Barwerts der Leasingraten. Die Abschreibungen erfolgen – entsprechend vergleichbaren erworbenen Gegenständen des Sachanlagevermögens – planmäßig über die Nutzungsdauer bzw. über die Laufzeit des Leasingverhältnisses, sofern diese kürzer ist. Die aus den zukünftigen Leasingraten resultierenden Zahlungsverpflichtungen sind passiviert.

Liegen Anhaltspunkte für eine Wertminderung vor und liegt der erzielbare Betrag (Recoverable Amount) unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten, werden die Sachanlagen außerplanmäßig abgeschrieben. Bei Fortfall der Gründe für die außerplanmäßigen Abschreibungen werden entsprechende Zuschreibungen vorgenommen.

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien umfassen nach IAS 40 (Investment Property) Immobilien, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zwecke der Wertsteigerung gehalten werden. Sie werden analog zu den Sachanlagen gemäß dem Anschaffungskostenmodell mit ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger und gegebenenfalls notwendiger außerplanmäßiger Abschreibungen bilanziert. Die planmäßige Abschreibung der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien erfolgt über eine Nutzungsdauer von 15 bis 33 Jahren. Der Fair Value dieser Immobilien wird im Anhang angegeben. Er wird entweder mithilfe von anerkannten Bewertungsmethoden ermittelt oder basiert auf externen Gutachten.

Finanzielle Vermögenswerte

Sofern es sich hierbei nicht um **assoziierte Unternehmen** im Sinne des IAS 28 (Investments in Associates) handelt, sind die **finanziellen Vermögenswerte** gemäß IAS 39 bilanziert und in Abhängigkeit von der hiernach vorzunehmenden Klassifizierung entweder zu (fortgeführten) Anschaffungskosten oder zu Fair Values angesetzt. Der Ansatz erfolgt stets zum Handelstag.

Anteile an verbundenen Unternehmen, Beteiligungen sowie die Wertpapiere des Anlagevermögens gehören der Klasse „zur Veräußerung verfügbar“ an. Sie werden im Zeitpunkt ihrer erstmaligen Erfassung mit dem Fair Value inklusive Transaktionskosten bewertet. Sofern in den Folgeperioden die Fair Values zuverlässig ermittelt werden können, sind diese angesetzt; in den Fällen, in denen keine aktiven Märkte existieren und sich die Fair Values nicht mit vertretbarem Aufwand ermitteln lassen, sind die Anschaffungskosten ausgewiesen. Die **Ausleihungen** sind als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert und werden folglich mit den fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bilanziert. Finanzielle Vermögenswerte, die als gesichertes Grundgeschäft innerhalb eines Fair Value Hedges designiert sind, werden erfolgswirksam mit ihrem Fair Value bilanziert.

Wertschwankungen aus finanziellen Vermögenswerten der Klasse „zur Veräußerung verfügbar“ werden – gegebenenfalls unter Berücksichtigung latenter Steuern – erfolgsneutral im Eigenkapital abgebildet. Die Übernahme der erfolgsneutral erfassten Beträge in das Periodenergebnis erfolgt erst zum Zeitpunkt des Abgangs oder im Falle einer nachhaltigen Wertminderung der Vermögenswerte.

Anzeichen von Wertminderungen wird durch eine entsprechende außerplanmäßige Abschreibung Rechnung getragen.

Latente Steuern

Die Ermittlung **latenter Steuern** erfolgt in Übereinstimmung mit IAS 12. Danach werden für temporäre Unterschiede zwischen den im Konzernabschluss angesetzten Buchwerten und den steuerlichen Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden zukünftig wahrscheinlich eintretende Steuerent- und -belastungen bilanziert. Erwartete Steuerersparnisse aus der Nutzung von als zukünftig realisierbar eingeschätzten Verlustvorträgen werden aktiviert.

Aktive latente Steuern aus abzugsfähigen temporären Unterschieden und steuerlichen Verlustvorträgen, die die passiven latenten Steuern aus zu versteuernden temporären Unterschieden übersteigen, werden nur in dem Umfang angesetzt, in dem mit hinreichender Wahrscheinlichkeit angenommen werden kann, dass ausreichend steuerpflichtiges Einkommen zur Realisierung des entsprechenden Nutzens erzielt wird.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden saldiert, sofern diese ertragsteuerlichen Ansprüche und Schulden gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und sich auf dasselbe Steuersubjekt oder eine Gruppe unterschiedlicher Steuersubjekte beziehen, die ertragsteuerlich gemeinsam veranlagt werden.

Vorräte

Die als **Vorräte** bilanzierten Handelswaren werden zu Anschaffungskosten angesetzt. Die Ermittlung der Anschaffungskosten folgt dabei grundsätzlich der Durchschnittskostenmethode. Die Bewertung der Handelswaren am Bilanzstichtag erfolgt zum jeweils niedrigeren Betrag aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert.

Bei den Handelswaren werden individuelle Bewertungsabschläge vorgenommen, sofern die aus ihrem Verkauf voraussichtlich zu realisierenden Erlöse niedriger sind als die Buchwerte der Vorräte. Als Nettoveräußerungswert werden die voraussichtlich erzielbaren Verkaufserlöse abzüglich der bis zum Verkauf noch anfallenden direkt zurechenbaren Verkaufskosten angesetzt.

Wenn die Gründe, die zu einer Abwertung der Handelswaren geführt haben, nicht länger bestehen, wird eine entsprechende Wertaufholung vorgenommen.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden gemäß IAS 39 als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert und mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Bestehen an der Einbringbarkeit Zweifel, werden die Kundenforderungen mit dem niedrigeren realisierbaren Betrag angesetzt: Neben den erforderlichen Einzelwertberichtigungen wird den erkennbaren Risiken aus dem allgemeinen Kreditrisiko durch Bildung von pauschalierten Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen.

Sonstige Forderungen und Vermögenswerte

Die in den **sonstigen Forderungen und Vermögenswerten** ausgewiesenen finanziellen Vermögenswerte, die gemäß IAS 39 der Klasse „Kredite und Forderungen“ angehören, sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Im Rahmen der **Rechnungsabgrenzungsposten** werden transitorische Abgrenzungen ausgewiesen.

Unter den **übrigen Vermögenswerten** werden unter anderem Beteiligungen und derivative Finanzinstrumente ausgewiesen, die gemäß IAS 39 als „zu Handelszwecken gehalten“ zu klassifizieren sind. Sie werden im Zeitpunkt ihrer erstmaligen Erfassung mit dem Fair Value, der den Anschaffungskosten ohne Einbeziehung der Transaktionskosten entspricht, bewertet. Sofern die Fair Values dieser Finanzinstrumente in der Folge zuverlässig ermittelt werden konnten, sind diese angesetzt. In den Fällen, in denen keine aktiven Märkte existieren und sich die Fair Values nicht mit vertretbarem Aufwand ermitteln lassen, sind die Anschaffungskosten ausgewiesen. Alle anderen Forderungen und Vermögenswerte sind zu Anschaffungskosten angesetzt.

Anzeichen von Wertminderungen wird durch eine entsprechende außerplanmäßige Abschreibung Rechnung getragen.

Zahlungsmittel

Die **Zahlungsmittel** beinhalten Schecks, Kassenbestände sowie Guthaben bei Kreditinstituten und sind mit den jeweiligen Nennwerten bewertet.

Rückstellungen

Die versicherungsmathematische Bewertung der **Pensionsrückstellungen** für die betriebliche Altersversorgung erfolgt nach der in IAS 19 (Employee Benefits) vorgeschriebenen Methode der laufenden Einmalprämien (Projected Unit Credit Method). Im Rahmen dieses Anwartschaftsbarwertverfahrens werden sowohl die am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften als auch die künftig zu erwartenden Steigerungen der Gehälter und Renten berücksichtigt. Sich am Jahresende ergebende Unterschiedsbeträge (so genannte versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste) zwischen den so planmäßig ermittelten Pensionsverpflichtungen und den tatsächlichen Anwartschaftsbarwerten werden dabei nur dann bilanziert, wenn sie außerhalb einer Bandbreite von 10 Prozent des Verpflichtungsumfanges liegen. In diesem Fall werden sie ab dem Folgejahr über die durchschnittliche Restdienstzeit der berechtigten Mitarbeiter verteilt und als Ertrag oder Aufwand erfasst. Der in den Pensionsaufwendungen enthaltene Zinsanteil der Rückstellungszuführung wird als Zinsaufwand innerhalb des Finanzergebnisses gezeigt. **Sonstige Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen** werden auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten gemäß IAS 19 gebildet.

(Sonstige) Rückstellungen werden gebildet, soweit rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten bestehen, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ereignissen beruhen und wahrscheinlich zu Vermögensabflüssen führen, die zuverlässig ermittelbar sind. Sie werden unter Berücksichtigung aller daraus erkennbaren Risiken zum voraussichtlichen Erfüllungsbetrag angesetzt und nicht mit Rückgriffsansprüchen verrechnet. Dabei wird von dem Erfüllungsbetrag mit der höchsten Eintrittswahrscheinlichkeit ausgegangen.

Für standortbezogene Risiken angemieteter Objekte erfolgt für die Ermittlung der Rückstellung für Mietunterdeckung eine Betrachtung der einzelnen Standorte. Die gleiche Betrachtung gilt auch für weiterbetriebene Standorte, sofern sich aus der aktuellen Unternehmensplanung über die Grundmietzeit eine Unterdeckung für den jeweiligen Standort ergibt. Die Rückstellung wird maximal in Höhe der Unterdeckung bewertet, die sich bei einer möglichen Untervermietung ergibt.

Langfristige Rückstellungen, z. B. für Mietunterdeckungen oder Rückbauverpflichtungen, sind mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag angesetzt.

Verbindlichkeiten

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Grundsätzlich sind alle **finanziellen Schulden** gemäß IAS 39 zu ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode angesetzt. Finanzschulden, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair Value Hedges designiert sind, werden mit ihrem Fair Value passiviert. Die angegebenen Fair Values der Finanzschulden sind auf Basis der am Bilanzstichtag für die entsprechenden Restlaufzeiten und Tilgungsstrukturen gültigen Zinssätze ermittelt.

Finanzielle Schulden aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen sind grundsätzlich mit dem Barwert der zukünftigen Leasingraten passiviert.

Die **sonstigen Verbindlichkeiten** sind zum Rückzahlungsbetrag angesetzt, sofern es sich nicht um derivative Finanzinstrumente oder um mit Andienungsrechten versehene Gesellschaftsanteile handelt, die gemäß IAS 39 mit dem Fair Value bilanziert sind. Im Rahmen der Rechnungsabgrenzungsposten werden hier transitorische Abgrenzungen gezeigt.

Eventualverbindlichkeiten

Eventualverbindlichkeiten sind mögliche oder bestehende Verpflichtungen, die auf vergangenen Ereignissen beruhen, bei denen ein Ressourcenabfluss jedoch als nicht wahrscheinlich eingeschätzt wird. Solche Verpflichtungen sind nach IAS 37 nicht in der Bilanz zu erfassen, sondern im Anhang zu nennen.

Bilanzierung von derivativen Finanzinstrumenten/Hedge Accounting

Derivative Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Risikoreduzierung eingesetzt. Ihr Einsatz erfolgt im Rahmen der Vorgaben der entsprechenden Konzernrichtlinie.

Alle derivativen Finanzinstrumente sind gemäß IAS 39 zum Fair Value bilanziert und unter „Sonstige Forderungen und Vermögenswerte“ bzw. unter „Sonstige Verbindlichkeiten“ ausgewiesen.

Zur Bewertung der derivativen Finanzinstrumente werden die Interbankenkonditionen gegebenenfalls inklusive der für die METRO Group gültigen Kreditmarge oder Börsenkurse herangezogen; dabei werden die Geld- und Briefkurse am Bilanzstichtag verwendet. Falls keine Börsenkurse verwendet werden, wird der Fair Value mittels anerkannter finanzwirtschaftlicher Modelle berechnet. Die angesetzten Fair Values entsprechen jeweils dem Betrag, zu dem zwischen sachverständigen, vertragswilligen und voneinander unabhängigen Geschäftspartnern ein Vermögenswert oder eine Schuld beglichen werden könnte.

Gewinne und Verluste aus derivativen Finanzinstrumenten, die als qualifizierte Sicherungsinstrumente innerhalb eines Fair Value Hedges bestimmt wurden oder für die kein qualifizierter Sicherungszusammenhang nach den Vorschriften des IAS 39 hergestellt werden konnte und daher kein **Hedge Accounting** angewandt werden durfte, sind erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die Ergebnisse aus derivativen Finanzinstrumenten, für die ein Cash Flow Hedge gebildet und für die die Effektivität nachgewiesen ist, werden bis zum Realisationszeitpunkt des gesicherten Grundgeschäfts erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Etwaige Ergebnisveränderungen aus der Ineffektivität dieser Finanzinstrumente sind sofort erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Bilanzierung von aktienbasierten Vergütungen

Die im Rahmen des aktienbasierten Vergütungssystems gewährten Aktienoptionen (SOP), Wertzuwachsrechte (SAR) und Aktienprämien sind als „anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich“

(cash-settled share-based payment transactions) klassifiziert. Für diese werden ratierliche, mit dem Fair Value der eingegangenen Verpflichtungen bewertete Rückstellungen gebildet. Der ratierliche Aufbau der Rückstellungen erfolgt dabei erfolgswirksam als Personalaufwand über die jeweils zu Grunde liegende Sperrfrist verteilt. Soweit die gewährten anteilsbasierten Vergütungen durch den Abschluss korrespondierender Sicherungsgeschäfte abgesichert wurden, werden die Sicherungsgeschäfte zum Fair Value bewertet und unter den sonstigen Vermögenswerten ausgewiesen. Hierbei wird der Teil der Wertschwankung der Sicherungsgeschäfte in dem Maße, in dem sie der Wertschwankung der anteilsbasierten Vergütungen entsprechen, erfolgswirksam im Personalaufwand erfasst. Der überschießende Teil der Wertschwankungen wird erfolgsneutral im Eigenkapital gezeigt.

Bilanzierung von zur Veräußerung vorgesehenen langfristigen Vermögenswerten und nicht fortgeführten Aktivitäten

Ein **langfristiger Vermögenswert** ist als „zur Veräußerung vorgesehen“ klassifiziert, sofern der zugehörige Buchwert vornehmlich durch Veräußerung und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert werden soll. Dieser Vermögenswert ist zum niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten angesetzt und in der Bilanz gesondert ausgewiesen.

Ein Unternehmensbestandteil ist als **nicht fortgeführte Aktivität** bilanziert, wenn dieser zur Veräußerung vorgesehen ist oder bereits veräußert wurde. Die nicht fortgeführte Aktivität ist mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten angesetzt. In Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung und Segmentberichterstattung sind nicht fortgeführte Geschäftsbereiche jeweils gesondert dargestellt und im Anhang erläutert. Vorjahreszahlen sind hierbei – mit Ausnahme der Bilanz – entsprechend angepasst.

Verwendung von Annahmen und Schätzungen

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind **Annahmen** getroffen und **Schätzungen** verwandt worden, die sich auf Ausweis und Höhe der bilanzierten Vermögenswerte, Schulden, Erträge, Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben. Diese Annahmen und Schätzungen beziehen sich im Wesentlichen auf die Beurteilung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten, konzerneinheitliche Festlegung wirtschaftlicher Nutzungsdauern, die Bewertung von Rückstellungen, z. B. für Pensionen oder standortbezogene Risiken, sowie die Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen, insbesondere aus Verlustvorträgen. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Kenntnis berücksichtigt.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse (netto) setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2005	2004
Metro Cash & Carry	28.087	26.442
Real (einschl. Extra)	9.922	10.727
Media Markt und Saturn	13.306	12.210
Galeria Kaufhof	3.575	3.768
Sonstige ¹	832	328
	55.722	53.475

¹Die unter Sonstige ausgewiesenen Umsätze betreffen im Wesentlichen die Dinea-Gruppe mit 192 Mio. € (Vorjahr 193 Mio. €) und die in 2005 erstkonsolidierten Adler-Modemärkte mit 572 Mio. €

Von den Umsatzerlösen entfallen 29,8 Mrd. € (Vorjahr 26,9 Mrd. €) auf Konzernunternehmen mit Sitz im Ausland.

Die Entwicklung der Umsätze nach Geschäftsfeldern und Regionen ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Mio. €	2005	2004
Mieten	408	406
Dienstleistungen/Kostenerstattungen	206	223
Provisionen	91	52
Erträge aus Werbekostenzuschüssen	70	68
Erträge aus Sale-and-leaseback	64	12
Kontor-Vertriebslinienvergütungen	63	69
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen	22	20
Erträge aus Schadenersatz	18	17
Erträge aus Bauleistungen	13	9
Übrige	194	180
	1.149	1.056

Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge um 93 Mio. € resultiert mit 52 Mio. € aus dem Verkauf von Immobilienobjekten, die nach Veräußerung angemietet wurden. Zu außerplanmäßigen Abschreibungen auf Immobilien vgl. Anhang Nr. 13. Die Erhöhung der Provisionen um 39 Mio. € ist zum größten Teil im Zusammenhang mit der Expansion der Vertriebslinie Media Markt und Saturn zu sehen.

Die übrigen sonstigen betrieblichen Erträge enthalten neben Erträgen aus der Rücknahme von Wertberichtigungen auf Forderungen in Höhe von 19 Mio. € (Vorjahr 18 Mio. €) eine Vielzahl von einzelnen Sachverhalten.

3. Vertriebskosten

Mio. €	2005	2004
Personalkosten	4.958	4.734
Sachkosten	4.927	4.555
	9.885	9.289

Der Anstieg der Vertriebskosten resultiert im Wesentlichen aus der Expansion der Vertriebslinien Metro Cash & Carry und Media Markt und Saturn.

Die Sachkosten beinhalten vor allem vertriebsbedingte Aufwendungen für Miete, Abschreibung, Werbung und Gebäudekosten (Energie, Instandhaltung etc.).

4. Allgemeine Verwaltungskosten

Mio. €	2005	2004
Personalkosten	545	533
Sachkosten	549	459
	1.094	992

Der Anstieg der Sachkosten resultiert zum einen aus eingekauften Dienstleistungen für EDV-Projekte. Zum anderen sind Abschreibungen um 16 Mio. € und Kosten für Instandhaltungsmaßnahmen um 8 Mio. € gestiegen.

Hier wirken sich größtenteils Kosten aus, die im Zuge des Ausbaus des Standorts Düsseldorf entstanden sind.

Im Wesentlichen expansionsbedingt sind die Kosten der Personalbeschaffung der Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn um 14 Mio. € gestiegen.

Der Restanstieg setzt sich aus einer Vielzahl von Einzelpositionen zusammen.

5. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten im Wesentlichen Aufwendungen für Verluste aus Abgängen des Anlagevermögens in Höhe von 27 Mio. € (Vorjahr 34 Mio. €), erforderliche Wertberichtigungen auf Vermögenswerte in Höhe von 19 Mio. € (Vorjahr 14 Mio. €) sowie Aufwendungen für Bauleistungen in Höhe von 9 Mio. € (Vorjahr 4 Mio. €).

Die übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 13 Mio. € (Vorjahr 44 Mio. €) enthalten im Wesentlichen eine Vielzahl von Einzelsachverhalten unter 1 Mio. €.

6. Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

Das Ergebnis aus assoziierten Unternehmen in Höhe von 58 Mio. € hat sich gegenüber dem Vorjahr um 23 Mio. € verbessert und betrifft im Wesentlichen den Veräußerungsgewinn aus dem Verkauf von Anteilen an der Loyalty Partner GmbH.

7. Sonstiges Beteiligungsergebnis

Die Hauptbestandteile des sonstigen Beteiligungsergebnisses in Höhe von 16 Mio. € (Vorjahr -4 Mio. €) sind Ergebnisausschüttungen von 10 Mio. € sowie Veräußerungsgewinne von 7 Mio. €.

Ergebniseinflüsse aus gemäß IAS 39 „zur Veräußerung verfügbar“ gehaltenen Finanzinstrumenten bestehen in Höhe von 2 Mio. €.

8. Zinsertrag/Zinsaufwand

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2005	2004
Zinserträge	143	151
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(1)	(2)
davon aus Rückstellungen für betriebliche Altersversorgung	(30)	(20)
Zinsaufwendungen	-614	-628
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(-135)	(-160)
davon aus Rückstellungen für betriebliche Altersversorgung	(-94)	(-89)
	-471	-477

Die gesunkenen Zinsaufwendungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen resultieren im Wesentlichen aus der Ausbuchung von Finanzierungs-Leasingverhältnissen aufgrund der Erstkonsolidierung von Immobiliengesellschaften im Jahr 2005. Im Gegenzug erhöhen sich hierdurch die Zinsen aus Finanzierung.

9. Übriges Finanzergebnis

Mio. €	2005	2004
Sonstige finanzielle Erträge	212	212
davon aus Wechselkurseffekten	(114)	(67)
davon aus Indexierung	(70)	(118)
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-195	-229
davon aus Wechselkurseffekten	(-78)	(-78)
davon aus Indexierung	(-61)	(-108)
	17	-17

Die Verbesserung des übrigen Finanzergebnisses wurde hauptsächlich durch positive Wechselkurseffekte in Russland und in der Türkei verursacht.

Das Indexierungsergebnis blieb trotz Beendigung der Hochinflationbilanzierung in Rumänien mit +9 Mio. € (Vorjahr +10 Mio. €) nahezu unverändert.

Ergebniseinflüsse aus gemäß IAS 39 „zur Veräußerung verfügbar“ gehaltenen Finanzinstrumenten liegen in Höhe von -2 Mio. € (Vorjahr 0 Mio. €) vor.

10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die in den einzelnen Ländern gezahlten bzw. geschuldeten Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen. Die deutschen Gesellschaften der METRO Group unterliegen vor Berücksichtigung der Abzugsfähigkeit der Gewerbesteuer bei der Körperschaftsteuer einer durchschnittlichen Gewerbeertragsteuer von 17,35 Prozent des Gewerbeertrags. Der Körperschaftsteuersatz beträgt 25,00 Prozent, zuzüglich eines Solidaritätszuschlags auf die Körperschaftsteuer von 5,50 Prozent. Der Gesamtsteuersatz beträgt 39,15 Prozent.

Der Ermittlung der latenten Steuern liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zu Grunde. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen bzw. verabschiedeten gesetzlichen Regelungen.

Die Berechnung ausländischer Ertragsteuern basiert auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen. Die angewandten Ertragsteuersätze für ausländische Gesellschaften variieren von 9,65 bis 40,69 Prozent.

Mio. €	2005	2004
Gezahlte bzw. geschuldete Steuern	457	509
davon Inland	(129)	(169)
davon Ausland	(328)	(340)
Latente Steuern	283	-107
Ertragsteueraufwand	740	402

Innerhalb der gezahlten bzw. geschuldeten Steuern entfallen 31 Mio. € steuerlicher Ertrag (Vorjahr 32 Mio. € steuerlicher Aufwand) auf frühere Perioden.

In den latenten Steuern sind Abschreibungen auf aktive latente Steuerforderungen auf Verlustvorträge bei Real Deutschland in Höhe von 307 Mio. € enthalten. Bereinigt um diesen einmaligen Sondereffekt beträgt die Konzernsteuerquote 31,9 Prozent.

Die erfolgswirksamen latenten Steuererträge aus der Entstehung und Auflösung temporärer Unterschiede betragen 99 Mio. € (Vorjahr 48 Mio. € latenter Steueraufwand).

Der latente Steuerertrag des Geschäftsjahres beinhaltet 24 Mio. € steuerlichen Ertrag aus der Änderung von Steuersätzen (Vorjahr 8 Mio. €).

Latente Steuern in Höhe von 12 Mio. € haben das Eigenkapital ergebnisneutral erhöht (im Vorjahr um 11 Mio. € gemindert). Diese Veränderungen resultieren im Wesentlichen aus der Anwendung von IAS 39.

Der Ertragsteueraufwand von 740 Mio. € (Vorjahr 402 Mio. €) ist um 208 Mio. € höher (Vorjahr 91 Mio. € geringer) als der erwartete Ertragsteueraufwand von 532 Mio. € (Vorjahr 493 Mio. €), der sich bei Anwendung des inländischen Ertragsteuersatzes auf das Jahresergebnis des Konzerns vor Ertragsteuern ergäbe.

Vom erwarteten zum ausgewiesenen Ertragsteueraufwand ist wie folgt überzuleiten:

Mio. €	2005	2004
Ergebnis vor Steuern	1.358	1.260
Erwarteter Ertragsteueraufwand (39,15 %)	532	493
Auswirkungen abweichender nationaler Steuersätze	-197	-165
Abschreibungen latenter Steuerforderungen auf Verlustvorträge Real Deutschland	307	-
Periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge	-34	31
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	71	55
Sonstige Abweichungen	61	-12
Ertragsteueraufwand	740	402

Die Position „Sonstige Abweichungen“ enthält im Wesentlichen Steuereffekte aus der Nichtaktivierung latenter Steuerforderungen auf steuerliche Verluste im Organkreis METRO AG in Höhe von 125 Mio. €. Weiterhin enthält diese Position eine Aktivierung latenter Steuern auf einen steuerlich abschreibbaren Firmenwert in Ungarn in Höhe von 75 Mio. €.

11. Den Minderheitenanteilen zuzurechnender Gewinn

Das den Minderheitengesellschaftern zustehende Ergebnis betrifft mit 134 Mio. € (Vorjahr 110 Mio. €) Gewinnanteile und mit 16 Mio. € (Vorjahr 11 Mio. €) Verlustanteile. Im Wesentlichen handelt es sich um Gewinn-/Verlustanteile von Minderheitengesellschaftern in den Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn.

12. Ergebnis je Aktie

Die METRO AG versteht unter dem Ergebnis je Aktie das Ergebnis je Stammaktie. Den Vorzugsaktionären der METRO AG stand in der Vergangenheit mit 1,122 € eine Mehrdividende von 0,102 € gegenüber den Stammaktionären zu. Diese Mehrdividende wird bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie von dem den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnenden Gewinn abgezogen.

Das Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnenden Gewinns durch eine gewichtete Zahl ausgegebener Aktien.

Ein Verwässerungseffekt, der sich aus so genannten potenziellen Aktien ergeben könnte, ist weder im Geschäftsjahr noch im Vorjahr eingetreten.

	2005	2004
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	326.787.529	326.787.529
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnender Gewinn (Mio. €)	531	828
Ergebnis je Aktie (€)	1,63	2,53

Das Ergebnis je Vorzugsaktie beträgt im Geschäftsjahr 1,73 € (Vorjahr 2,63 €) und liegt somit um den Betrag der Mehrdividende von 0,102 € über dem Ergebnis je Aktie.

Das Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Aktivitäten beträgt 1,54 € (Vorjahr 2,32 €).

13. Abschreibungen

Mio. €	2005	2004
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	1.143	1.105
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	57	16
Abschreibungen auf langfristige finanzielle Vermögenswerte	12	1
	1.212	1.122

Die außerplanmäßigen Abschreibungen betreffen mit 53 Mio. € Immobilien, davon entfallen 11 Mio. € auf als Finanzinvestition gehaltene Immobilien. Innerhalb der langfristigen finanziellen Vermögenswerte wurden Beteiligungen mit 8 Mio. € und Ausleihungen mit 4 Mio. € (Vorjahr 1 Mio. €) wertberichtigt.

14. Materialaufwand

In den Einstandskosten der verkauften Waren sind folgende Materialaufwendungen enthalten:

Mio. €	2005	2004
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	43.905	42.229
Aufwendungen für bezogene Leistungen	46	54
	43.951	42.283

15. Personalaufwand

Die Personalaufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2005	2004
Löhne und Gehälter	4.892	4.685
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	1.084	1.042
davon für Altersversorgung	(45)	(43)
	5.976	5.727

Im Personalaufwand ist der zeitanteilige Aufwand für aktienbasierte Vergütungen in Höhe von 20 Mio. € (Vorjahr 14 Mio. €) enthalten.

Infolge der erstmaligen retrospektiven Anwendung des IFRS 2 haben sich die Personalaufwendungen in Höhe von –2 Mio. € (Vorjahr –3 Mio. €) verändert.

Im Jahresdurchschnitt waren im Konzern beschäftigt:

Anzahl der Mitarbeiter	2005	2004
Angestellte	176.970	170.782
Arbeiter	69.905	61.059
Auszubildende	10.040	9.425
	256.915	241.266

Hierin sind auf Personenbasis 104.078 (Vorjahr 98.811) Teilzeitbeschäftigte berücksichtigt. Der Anteil der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter betrug auf Vollzeitbasis 50,4 Prozent gegenüber 47,8 Prozent im Vorjahr.

16. Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern in Höhe von 91 Mio. € (Vorjahr 87 Mio. €) sind in den Estandskosten der verkauften Waren, den Vertriebskosten sowie den Verwaltungskosten enthalten.

Erläuterungen zur Bilanz

17. Anlagevermögen

Mio. €	Geschäfts- oder Firmenwerte	Sonstige immaterielle Vermögens- werte	Sach- anlagen	Als Finanz- investition gehaltene Immobilien	Finanzielle Vermögens- werte	Summe Anlage- vermögen
Anschaffungs- oder Herstellungskosten						
Stand 1.1.2004	3.987	622	16.408	-	272	21.289
Adjustierung IAS 32	194	-	-	-	-	194
Adjustierung IAS 40	-	-	-354	354	-	-
Adjustierter Wert 1.1.2004	4.181	622	16.054	354	272	21.483
Währungsumrechnung	-	5	135	-	-1	139
Zugänge Konsolidierungskreis	-	5	64	63	5	137
Zugänge	12	120	1.466	5	51	1.654
Abgänge	-2	-43	-725	-	-129	-899
Umbuchungen	-59	60	-9	-1	-39	-48
Stand 31.12.2004/1.1.2005	4.132	769	16.985	421	159	22.466
Währungsumrechnung	-	5	281	-	3	289
Zugänge Konsolidierungskreis	312	3	232	1	-	548
Zugänge	41	143	1.845	4	91	2.124
Abgänge	-331	-64	-1.542	-10	-117	-2.064
Umbuchungen	-	12	-45	-5	15	-23
Stand 31.12.2005	4.154	868	17.756	411	151	23.340
Abschreibungen						
Stand 1.1.2004	-	296	5.918	-	38	6.252
Adjustierung IAS 37 in Verbindung mit IAS 8	-	2	9	-	-	11
Adjustierung IAS 40	-	-	-160	160	-	-
Adjustierter Wert 1.1.2004	-	298	5.767	160	38	6.263
Währungsumrechnung	-	2	45	-	-	47
Zugänge, planmäßig	-	98	1.050	5	-	1.153
Zugänge, außerplanmäßig	-	10	6	-	1	17
Abgänge	-	-33	-436	-	-3	-472
Zuschreibungen	-	-	-5	-	-20	-25
Umbuchungen	-	-	-2	-	-	-2
Stand 31.12.2004/1.1.2005	-	375	6.425	165	16	6.981
Währungsumrechnung	-	3	74	-	-	77
Zugänge, planmäßig	-	106	1.077	7	-	1.190
Zugänge, außerplanmäßig	-	2	44	11	12	69
Abgänge	-	-52	-868	-	-12	-932
Zuschreibungen	-	-1	-1	-	-1	-3
Umbuchungen	-	2	-32	-	-	-30
Stand 31.12.2005	-	435	6.719	183	15	7.352
Buchwert 1.1.2004	4.181	324	10.287	194	234	15.220
Buchwert 31.12.2004	4.132	394	10.560	256	143	15.485
Buchwert 31.12.2005	4.154	433	11.037	228	136	15.988

In den Zugängen zu den Abschreibungen sind 47 Mio. € (Vorjahr 48 Mio. €) Abschreibungen enthalten, die nicht fortgeführte Aktivitäten betreffen. In dieser Höhe weichen die Abschreibungen im Anlagenspiegel von den Werten in der Gewinn- und Verlustrechnung ab.

18. Geschäfts- oder Firmenwerte

Von den Geschäfts- oder Firmenwerten zum 31.12.2005 in Höhe von 4.154 Mio. € (Vorjahr 4.132 Mio. €) betreffen 4.013 Mio. € (Vorjahr 3.994 Mio. €) Unterschiedsbeträge, die sich aus der Kapitalkonsolidierung ergeben, und 141 Mio. € (Vorjahr 138 Mio. €) aus Einzelabschlüssen übernommene Geschäfts- oder Firmenwerte.

Im Wesentlichen sind im Geschäftsjahr 2005 im Rahmen der Erstkonsolidierung der Adler-Modemärkte 312 Mio. € und durch die Aufstockung der Anteile Metro Cash & Carry China 13 Mio. € Geschäfts- oder Firmenwerte zugegangen. Durch die bilanzielle Abbildung der mit Andienungsrechten versehenen Gesellschaftsanteile erhöhte sich der hieraus resultierende Geschäfts- und Firmenwert im Jahr 2005 um 16 Mio. € auf 216 Mio. € (Vorjahr Erhöhung um 6 Mio. € auf 200 Mio. €). Die Trennung von Praktiker führte zu einem Abgang von Firmenwerten in Höhe von 326 Mio. €.

Wesentliche Anteile der Geschäfts- oder Firmenwerte bestanden zum Berichtsstichtag bei folgenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten:

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Real Deutschland	1.083	1.083
Metro Cash & Carry Frankreich	398	401
Metro Cash & Carry Niederlande	351	351
Metro Cash & Carry Ungarn	239	239
Metro Cash & Carry Deutschland	223	223
Adler-Modemärkte Deutschland	218	-
Metro Cash & Carry Polen	213	213
Media Markt und Saturn Deutschland	202	191
Metro Cash & Carry Italien	171	171
Metro Cash & Carry Belgien	145	145
Extra Deutschland	110	110
Metro Cash & Carry Portugal	91	91
Adler-Modemärkte Österreich	78	-
Media Markt und Saturn Italien	75	74
Kaufhof-Warenhäuser Belgien	57	57
Metro Cash & Carry Spanien	51	51
Media Markt und Saturn Spanien	49	47
Metro Cash & Carry Griechenland	45	45
Metro Cash & Carry Vereinigtes Königreich	37	37

Fortsetzung Tabelle auf S. 114

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Metro Cash & Carry Österreich	27	27
Media Markt und Saturn Niederlande	22	21
Metro Cash & Carry China	17	4
Media Markt und Saturn Polen	16	16
Media Markt und Saturn Österreich	16	16
Media Markt und Saturn Schweiz	16	15
Metro Cash & Carry Dänemark	16	16
Adler-Modemärkte Luxemburg	16	-
Praktiker Deutschland	-	256
Praktiker Griechenland	-	43
Praktiker Ungarn	-	16
Sonstige	172	173
Gesamt	4.154	4.132

Aufgrund der Vorschriften des IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 wird eine jährliche Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte (Impairment-Test) durchgeführt. Dabei wird der Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit dem erzielbaren Betrag gegenübergestellt. Die Ermittlung des erzielbaren Betrags erfolgt in Form des Nutzungswerts als Barwert erwarteter künftiger Cash Flows mittels einer Vor-Steuer-Rechnung. Die erwarteten zukünftigen Cash Flows basieren auf einem qualifizierten Planungsprozess unter Beachtung von unternehmensinternen Erfahrungswerten sowie unternehmensextern erhobenen volkswirtschaftlichen Rahmendaten. Der Detailplanungszeitraum umfasst 3 bis 5 Jahre. Die im Anschluss an den Detailplanungszeitraum berücksichtigten Wachstumsraten liegen wie im Vorjahr grundsätzlich bei 1 Prozent. Der Kapitalisierungszinssatz vor Steuern wurde als durchschnittlicher gewichteter Kapitalkostensatz unter Anwendung des Capital Asset Pricing Models abgeleitet. Die individuell ermittelten Kapitalisierungszinssätze vor Steuern liegen nahezu unverändert zum Vorjahr zwischen 8,5 und 11,6 Prozent. Der Impairment-Test bestätigte insgesamt die Werthaltigkeit der aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte. Außerplanmäßige Abschreibungen waren insofern – wie im Vorjahr – nicht erforderlich.

19. Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Mio. €	Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	(davon selbst erstellte immaterielle Vermögens- werte)	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand 1.1.2004	609	(166)	13	622
Währungsumrechnung	5	(0)	-	5
Zugänge Konsolidierungskreis	5	(0)	-	5
Zugänge	119	(67)	1	120
Abgänge	-37	(-3)	-6	-43
Umbuchungen	68	(0)	-8	60
Stand 31.12.2004/1.1.2005	769	(230)	-	769
Währungsumrechnung	5	(1)	-	5
Zugänge Konsolidierungskreis	3	(0)	-	3
Zugänge	142	(101)	1	143
Abgänge	-64	(-9)	-	-64
Umbuchungen	12	(-3)	-	12
Stand 31.12.2005	867	(320)	1	868
Abschreibungen				
Stand 1.1.2004	296	(58)	-	296
Adjustierung IAS 37 in Verbindung mit IAS 8	2	-	-	2
Adjustierter Wert per 1.1.2004	298	(58)	-	298
Währungsumrechnung	2	-	-	2
Zugänge, planmäßig	98	(37)	-	98
Zugänge, außerplanmäßig	10	-	-	10
Abgänge	-33	(-1)	-	-33
Zuschreibungen	-	-	-	-
Umbuchungen	-	-	-	-
Stand 31.12.2004/1.1.2005	375	(94)	-	375
Währungsumrechnung	3	-	-	3
Zugänge, planmäßig	106	(42)	-	106
Zugänge, außerplanmäßig	2	(1)	-	2
Abgänge	-52	(-3)	-	-52
Zuschreibungen	-1	-	-	-1
Umbuchungen	2	-	-	2
Stand 31.12.2005	435	(134)	-	435
Buchwert 1. 1.2004	311	(108)	13	324
Buchwert 31.12.2004	394	(136)	-	394
Buchwert 31.12.2005	432	(186)	1	433

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte weisen eine begrenzte wirtschaftliche Nutzungsdauer auf und werden daher planmäßig abgeschrieben. Die außerplanmäßigen Abschreibungen betreffen Markenrechte (1 Mio. €) und Softwarelizenzen (1 Mio. €). Im Vorjahr betrafen die außerplanmäßigen Abschreibungen Mietrechte (10 Mio. €), deren erzielbare Beträge unter deren fortgeführte Anschaffungskosten gesunken sind.

Die Zugänge zu den Abschreibungen auf die immateriellen Vermögenswerte werden mit 68 Mio. € (Vorjahr 78 Mio. €) in den Vertriebskosten und mit 39 Mio. € (Vorjahr 27 Mio. €) in den Verwaltungskosten ausgewiesen.

Für immaterielle Vermögenswerte bestehen – wie im Vorjahr – keine wesentlichen Eigentums- oder Verfügungsbeschränkungen. In Höhe von 3 Mio. € wurden Erwerbsverpflichtungen für immaterielle Vermögenswerte eingegangen. Im Vorjahr wurden Erwerbsverpflichtungen in Höhe von 0,2 Mio. € eingegangen.

20. Sachanlagen

Mio. €	Grundstücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten					
Stand 1.1.2004	11.560	11	4.695	142	16.408
Adjustierung IAS 40	-353	-	-	-1	-354
Adjustierter Wert 1.1.2004	11.207	11	4.695	141	16.054
Währungsumrechnung	92	-	41	2	135
Zugänge Konsolidierungskreis	64	-	-	-	64
Zugänge	420	1	561	484	1.466
Abgänge	-315	-	-401	-9	-725
Umbuchungen	206	-	84	-299	-9
Stand 31.12.2004/1.1.2005	11.674	12	4.980	319	16.985
Währungsumrechnung	199	-	69	13	281
Zugänge Konsolidierungskreis	199	-	32	1	232
Zugänge	541	1	568	735	1.845
Abgänge	-889	-	-631	-22	-1.542
Umbuchungen	568	-	85	-698	-45
Stand 31.12.2005	12.292	13	5.103	348	17.756
Abschreibungen					
Stand 1.1.2004	2.829	7	3.077	5	5.918
Adjustierung IAS 37 in Verbindung mit IAS 8	5	-	4	-	9
Adjustierung IAS 40	-160	-	-	-	-160
Adjustierter Wert 1.1.2004	2.674	7	3.081	5	5.767
Währungsumrechnung	17	-	28	-	45
Zugänge, planmäßig	505	1	544	-	1.050
Zugänge, außerplanmäßig	4	-	2	-	6
Abgänge	-66	-	-370	-	-436
Zuschreibungen	-3	-	-2	-	-5
Umbuchungen	-18	-	16	-	-2
Stand 31.12.2004/1.1.2005	3.113	8	3.299	5	6.425
Währungsumrechnung	33	-	41	-	74
Zugänge, planmäßig	519	1	557	-	1.077
Zugänge, außerplanmäßig	42	-	2	-	44
Abgänge	-344	-	-524	-	-868
Zuschreibungen	-1	-	-	-	-1
Umbuchungen	-24	-	-9	1	-32
Stand 31.12.2005	3.338	9	3.366	6	6.719
Buchwert 1.1.2004	8.533	4	1.614	136	10.287
Buchwert 31.12.2004	8.561	4	1.681	314	10.560
Buchwert 31.12.2005	8.954	4	1.737	342	11.037

Rückwirkend per 1.1.2004 sind aus dem Sachanlagevermögen die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien in Höhe von 194 Mio. € ausgegliedert und separat im Konzernanlagenspiegel ausgewiesen worden (vgl. Anhang Nr. 21).

Die Zugänge zum Konsolidierungskreis betreffen im Wesentlichen die Adler-Modemärkte (131 Mio. €) und Immobiliengesellschaften (99 Mio. €).

Die Zugänge im Sachanlagevermögen betreffen überwiegend die Eröffnung neuer Märkte bei Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn.

Die Abgänge im Sachanlagevermögen werden hauptsächlich beeinflusst durch Entkonsolidierungen und Abgänge im Zusammenhang mit nicht fortgeführten Aktivitäten.

Die im Geschäftsjahr 2005 zu verzeichnenden außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 42 Mio. € (Vorjahr 4 Mio. €) stehen im Zusammenhang mit der Marktbewertung von Grundstücken und Gebäuden.

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen für Gegenstände des Sachanlagevermögens liegen in Höhe von 508 Mio. € (Vorjahr 614 Mio. €) vor. Die im Grundbuch eingetragenen Grundpfandrechte betragen 437 Mio. € (Vorjahr 578 Mio. €).

Für Gegenstände des Sachanlagevermögens wurden in Höhe von 230 Mio. € (Vorjahr 115 Mio. €) Erwerbsverpflichtungen eingegangen.

Anlagegegenstände, die dem Konzern im Rahmen eines Finanzierungs-Leasingverhältnisses zur Verfügung stehen, sind mit 1.357 Mio. € (Vorjahr 1.608 Mio. €) enthalten; sie betreffen im Wesentlichen angemietete Gebäude. Die Abnahme gegenüber dem Vorjahr steht mit 172 Mio. € im Zusammenhang mit den bereits oben erläuterten Erstkonsolidierungen. Die korrespondierenden Abgänge der Finanzierungs-Leasingverbindlichkeiten belaufen sich auf rund 231 Mio. €.

Finanzierungs-Leasingverhältnisse werden in der Regel über eine Grundmietzeit zwischen 15 und 25 Jahren abgeschlossen und sehen nach Ablauf der Grundmietzeit die Option vor, den Vertrag mindestens einmal für 5 Jahre zu verlängern. Die Zinssätze, die den Verträgen zu Grunde liegen, variieren je nach Markt und Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zwischen 2,4 und 15,3 Prozent.

Neben den Finanzierungs-Leasingverhältnissen bestehen in der METRO Group Miet- bzw. Leasingverhältnisse, die nach ihrem wirtschaftlichen Gehalt als Operating-Leasingverhältnisse zu qualifizieren sind. Operating-Leasingverhältnisse werden in der Regel über eine Grundmietzeit von bis zu 15 Jahren abgeschlossen. Die Leasingverträge beinhalten Leasingraten, die teilweise auf variablen, teilweise auf fixen Mietzinsen basieren. Vertragsverlängerungsoptionen liegen – soweit vorhanden – entweder auf Seiten des Mieters oder Vermieters.

Die Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen werden in den Folgeperioden wie folgt fällig:

Mio. €	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	232	870	1.632
Abzinsungen	-14	-172	-755
Barwert	218	698	877
Operating-Leasingverhältnisse			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.117	3.881	4.616

Die zukünftig zu leistenden Leasingzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen enthalten für die Ausübung günstiger Kaufoptionen erforderliche Kaufpreiszahlungen in Höhe von 172 Mio. € (Vorjahr 131 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO Group zukünftig aus der Untervermietung aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Sublease) zufließen werden, betragen nominal 424 Mio. € (Vorjahr 516 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO Group zukünftig aus der Untervermietung aus Operating-Leasingverhältnissen (Sublease) zufließen werden, betragen nominal 1.432 Mio. € (Vorjahr 1.289 Mio. €).

Im Periodenergebnis sind geleistete Zahlungen aus Leasingverhältnissen in Höhe von 1.107 Mio. € (Vorjahr 1.286 Mio. €) und erhaltene Zahlungen aus Untermietverhältnissen in Höhe von 357 Mio. € (Vorjahr 438 Mio. €) enthalten.

Es bestehen Ansprüche auf den Erhalt von Leasingzahlungen gegenüber Konzernfremden (METRO Group als Leasinggeber), die in den Folgeperioden wie folgt fällig werden:

Mio. €	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	1	3	3
Abzinsungen	0	-1	-1
Barwert	1	2	2
Operating-Leasingverhältnisse			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	16	51	36

Bei den bestehenden Finanzierungs-Leasingverhältnissen aus Sicht des Leasinggebers ist zu den nominalen Mindestleasingzahlungen in Höhe von 7 Mio. € (Vorjahr 35 Mio. €) der nicht garantierte Restwert hinzuzurechnen. Dieser beträgt im Geschäftsjahr 0 Mio. € (Vorjahr 1 Mio. €). Der sich daraus ergebende Bruttoinvestitionswert beträgt insofern unverändert 7 Mio. € (Vorjahr 36 Mio. €). Daneben besteht ein noch nicht realisierter Finanzertrag von 2 Mio. € (Vorjahr 10 Mio. €).

21. Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien werden mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet. Zum 31.12.2005 waren insgesamt 228 Mio. € (Vorjahr 256 Mio. €) bilanziert. Der Fair Value dieser Immobilien wird durch eigene Bewertung mithilfe von anerkannten Bewertungsmethoden ermittelt oder basiert auf externen Gutachten. Er beträgt insgesamt 274 Mio. €. 40 Prozent des gesamten Fair Values beruhen auf einer gutachterlichen Bewertung.

22. Finanzielle Vermögenswerte

Mio. €	Anteile an verbundenen Unternehmen	Ausleihungen	Beteiligungen	Wertpapiere des Anlage- vermögens	Gesamt
Anschaffungskosten					
Stand 1.1.2004	4	176	86	6	272
Währungsumrechnung	-	-	-1	-	-1
Zugänge Konsolidierungskreis	5	-	-	-	5
Zugänge	-	51	-	-	51
Abgänge	-5	-79	-44	-1	-129
Umbuchungen	2	-39	-2	-	-39
Stand 31.12.2004/1.1.2005	6	109	39	5	159
Währungsumrechnung	-	1	2	-	3
Zugänge	20	56	15	-	91
Abgänge	-23	-70	-23	-1	-117
Umbuchungen	1	15	-	-1	15
Stand 31.12.2005	4	111	33	3	151
Abschreibungen					
Stand 1.1.2004	1	8	29	-	38
Währungsumrechnung	-	-	-	-	-
Zugänge, planmäßig	-	-	-	-	-
Zugänge, außerplanmäßig	-	1	-	-	1
Abgänge	-	-2	-1	-	-3
Zuschreibungen	-	-2	-18	-	-20
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2004/1.1.2005	1	5	10	-	16
Währungsumrechnung	-	-	-	-	-
Zugänge, planmäßig	-	-	-	-	-
Zugänge, außerplanmäßig	-	4	8	-	12
Abgänge	-	-1	-11	-	-12
Zuschreibungen	-	-	-1	-	-1
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2005	1	8	6	-	15
Buchwert 1.1.2004	3	168	57	6	234
Buchwert 31.12.2004	5	104	29	5	143
Buchwert 31.12.2005	3	103	27	3	136

Im Buchwert der Beteiligungen in Höhe von 27 Mio. € sind 2 Mio. € Beteiligungen an assoziierten Unternehmen per 31.12.2005 enthalten. Der Rückgang zum Vorjahr ist hauptsächlich durch den Abgang von Loyalty Partner GmbH bedingt.

23. Sonstige Forderungen und Vermögenswerte

Mio. €	31.12.2005			31.12.2004		
	Gesamt	Rest-laufzeit bis 1 Jahr	Rest-laufzeit von mehr als 1 Jahr	Gesamt	Rest-laufzeit bis 1 Jahr	Rest-laufzeit von mehr als 1 Jahr
Forderungen an Lieferanten	1.394	1.394	-	1.096	1.096	-
Sonstige Steuererstattungsansprüche	239	239	-	203	203	-
Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten	249	57	192	188	53	135
Übrige Vermögenswerte	800	510	290	871	584	287
	2.682	2.200	482	2.358	1.936	422

Die ausgewiesenen Buchwerte der in diesen Positionen erfassten finanziellen Vermögenswerte entsprechen deren Marktwerten.

Für die ausgewiesenen übrigen Forderungen und sonstigen Vermögenswerte bestehen – wie im Vorjahr – keine wesentlichen Eigentums- oder Verfügungsbeschränkungen.

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinsvorauszahlungen sowie übrige Abgrenzungen. Die Erhöhung zum Vorjahr resultiert primär aus der Vorauszahlung von Mietzahlungen, die in China, Russland und Rumänien im Zusammenhang mit dem Abschluss von Leasingverträgen zu leisten waren.

24. Latente Steueransprüche/latente Steuerschulden

Die aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen betragen 1.110 Mio. € und haben im Vergleich zum Vorjahr um 435 Mio. € abgenommen. Die Abnahme resultiert aus der Trennung von Praktikern und der Abschreibung von aktiven latenten Steuerforderungen (vgl. hierzu Anhang Nr. 10).

Es wurden aktive latente Steuerforderungen aufgrund von temporären Differenzen und noch nicht genutzten steuerlichen Verlusten in Höhe von insgesamt 794 Mio. € (Vorjahr 316 Mio. €) nicht aktiviert. Sie betreffen im Wesentlichen kurzfristig steuerlich nicht nutzbare Verluste und Verlustvorträge. Die Nichtaktivierung latenter Steuern betrifft mit 616 Mio. € inländische und mit 178 Mio. € ausländische Gesellschaften, bei denen die kurzfristige Realisierung der latenten Steueransprüche aus heutiger Sicht als nicht sicher angesehen werden kann.

Die bilanzierten latenten Steuern betreffen folgende Bilanzposten:

Mio. €	31.12.2005		31.12.2004	
	aktiv	passiv	aktiv	passiv
Geschäfts- oder Firmenwerte	396	105	296	88
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	235	72	269	45
Sachanlagen	129	1.002	136	1.167
Finanzielle Vermögenswerte	5	1	9	13
Vorräte	42	10	55	22
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	8	55	17	90
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	122	6	113	4
Sonstige Rückstellungen	99	19	90	17
Finanzielle Schulden	724	0	844	0
Sonstige Verbindlichkeiten	68	20	93	17
Outside Basis Differences	36	17	-	12
Verlustvorräte	66	-	570	-
Summe	1.930	1.307	2.492	1.475
Saldierung	-820	-820	-947	-947
Bilanzwert der latenten Steuern	1.110	487	1.545	528

Der Anstieg der aktiven latenten Steuern auf Geschäfts- oder Firmenwerte ist im Wesentlichen auf die Aktivierung eines steuerlich abzugsfähigen Geschäfts- oder Firmenwerts bei Metro Cash & Carry Ungarn zurückzuführen (vgl. hierzu Nr. 10).

Gemäß IAS 12 sind latente Steuern auf den Unterschiedsbetrag zwischen dem in der Konzernbilanz erfassten anteiligen Eigenkapital einer Tochtergesellschaft und dem Beteiligungsbuchwert für diese Tochtergesellschaft in der Steuerbilanz der Muttergesellschaft zu bilden (so genannte Outside Basis Differences), wenn mit der Realisierung zu rechnen ist. Für Outside Basis Differences in Höhe von 209 Mio. € wurden keine passiven latenten Steuern gebildet, da eine Realisierung nicht geplant ist.

Die Abnahme der passiven latenten Steuern im Vergleich zum Vorjahr um 41 Mio. € ist im Wesentlichen auf den Abgang von Praktiker zurückzuführen.

25. Vorräte

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Handelswaren Food	1.844	1.740
Handelswaren Nonfood	4.402	4.532
	6.246	6.272

Die Vorräte verteilen sich auf die Vertriebslinien wie folgt:

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Metro Cash & Carry	2.329	2.053
Real (einschl. Extra)	865	902
Media Markt und Saturn	2.131	1.853
Praktiker	-	609
Galeria Kaufhof	626	642
Sonstige	295	213
	6.246	6.272

Die Vorräte in den Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn stiegen im Wesentlichen expansionsbedingt.

Im laufenden Jahr wurden Wertberichtigungen in Höhe von 328 Mio. € vorgenommen (Vorjahr 348 Mio. €).

26. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Von den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 367 Mio. € (Vorjahr 355 Mio. €) weisen 0,3 Mio. € (Vorjahr 0,3 Mio. €) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr auf.

Der Buchwert der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stellt einen angemessenen Näherungswert für den Fair Value dar.

27. Zahlungsmittel

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Schecks und Kassenbestand	111	101
Guthaben bei Kreditinstituten	1.656	2.006
	1.767	2.107

Die ausgewiesenen Buchwerte der in diesen Positionen erfassten Zahlungsmittel entsprechen im Wesentlichen deren Fair Values.

Die im letzten Jahr in den Zahlungsmitteln enthaltenen sonstigen kurzfristigen Geldanlagen wurden in diesem Jahr in Höhe von 9 Mio. € (Vorjahr 23 Mio. €) in die kurzfristigen sonstigen Forderungen und Vermögenswerte umgegliedert.

28. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital hat sich hinsichtlich Höhe und Zusammensetzung nach Stamm- und Vorzugsaktien gegenüber dem Stand am 31. Dezember 2004 nicht verändert und beträgt 835.419.052,27 €. Es ist wie folgt eingeteilt:

Gattung: Inhaberstückaktien, anteiliger Wert je Aktie am Grundkapital rd. 2,56 €		31.12.2005	31.12.2004
Stammaktien	Stück	324.109.563	324.109.563
	€	828.572.941	828.572.941
Vorzugsaktien	Stück	2.677.966	2.677.966
	€	6.846.111	6.846.111
Grundkapital gesamt	Stück	326.787.529	326.787.529
	€	835.419.052	835.419.052

Jede Stammaktie der METRO AG gewährt ein gleiches Stimmrecht, durch das der Aktionär die Möglichkeit erlangt, an Beschlussfassungen der Hauptversammlung teilzunehmen. Stammaktien der METRO AG berechtigen darüber hinaus insbesondere zum Erhalt von Dividenden. Im Unterschied zu den Stammaktien gewähren Vorzugsaktien der METRO AG kein Stimmrecht und sind mit einem Gewinnvorzug gemäß § 21 der Satzung der METRO AG ausgestattet. Hierin heißt es:

- „(1) Die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine Vorzugsdividende von 0,17 € je Vorzugsaktie.
- (2) Reicht der verteilbare Bilanzgewinn in einem Geschäftsjahr zur Zahlung der Vorzugsdividende nicht aus, so ist der Rückstand ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn der folgenden Geschäftsjahre in der Weise nachzuzahlen, dass die älteren Rückstände vor den jüngeren zu tilgen und die aus dem Gewinn eines Geschäftsjahres für dieses zu zahlenden Vorzugsbeträge erst nach Tilgung sämtlicher Rückstände zu leisten sind.
- (3) Nach Ausschüttung der Vorzugsdividende erhalten die Inhaber von Stammaktien eine Dividende von 0,17 € je Stammaktie. Danach wird an die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht eine nicht nachzahlbare Mehrdividende von 0,06 € je Vorzugsaktie gezahlt. Die Mehrdividende beträgt 10 vom Hundert der unter Berücksichtigung von Absatz 4 an die Inhaber von Stammaktien gezahlten Dividende, wenn diese 1,02 € je Stammaktie erreicht oder übersteigt.
- (4) An einer weiteren Gewinnausschüttung nehmen die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht und die Inhaber von Stammaktien entsprechend ihren Anteilen am Grundkapital gleichberechtigt teil.“

Bedingtes Kapital I und II

Am 4. Juni 2004 wurde eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals um 127.825.000 € beschlossen (bedingtes Kapital I). Diese bedingte Kapitalerhöhung steht im Zusammenhang mit der Ermächtigung des

Vorstands, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 3. Juni 2009 Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.000.000.000 € zu begeben und den Inhabern Options- bzw. Wandlungsrechte auf bis zu 50.000.000 Stück neue Stammaktien der Gesellschaft zu gewähren, entsprechende Options- oder Wandelpflichten zu begründen oder das Recht der Gesellschaft vorzusehen, statt einer Rückzahlung der Schuldverschreibungen in bar ganz oder teilweise Stammaktien der Gesellschaft zu liefern. Es wurden bisher keine Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen aufgrund der vorgenannten Ermächtigung des Vorstands begeben.

Die Hauptversammlung hat am 6. Juli 1999 eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals um bis zu 14.316.173 € durch Ausgabe von bis zu 5.600.000 Stück Stammaktien beschlossen, um den Metro-Aktienoptionsplan bedienen zu können (bedingtes Kapital II).

Im Rahmen des Aktienoptionsplans der METRO AG sind am 3. September 1999, am 19. August 2000, am 23. Juli 2001, am 19. Juli 2002 und am 23. Juni 2003 Aktienoptionen ausgegeben worden, von denen am 31. Dezember 2005 insgesamt noch 507.420 wirksam waren. In Übereinstimmung mit den Ausübungsbedingungen wurde festgelegt, dass bei Ausübung der noch bestehenden Bezugsrechte anstelle der Gewährung neuer Stammaktien an die Berechtigten ein Barausgleich gewährt wird. Eine Erhöhung des Grundkapitals infolge der Ausübung von Bezugsrechten aus dem Aktienoptionsplan erfolgt somit nicht.

Genehmigtes Kapital I

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 23. Mai 2002 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 23. Mai 2007 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Geldeinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 40.000.000 € zu erhöhen (genehmigtes Kapital I).

Dabei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht insoweit auszuschließen, als es erforderlich ist, um den Inhabern der von der METRO AG und 100-prozentigen mittelbaren oder unmittelbaren Beteiligungsgesellschaften begebenen Optionsanleihen und Wandelschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- bzw. Wandelrechts zustehen würde, sowie das Bezugsrecht weiter auszuschließen für etwa verbleibende Aufrundungsspitzen.

Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre für eine oder mehrere Kapitalerhöhungen im Rahmen des genehmigten Kapitals auszuschließen, wenn der Nennbetrag dieser Kapitalerhöhungen insgesamt 10 Prozent des bei der erstmaligen Ausnutzung im Handelsregister eingetragenen Grundkapitals nicht übersteigt und jeweils der Ausgabepreis der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises nicht wesentlich unterschreitet. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhungen festzulegen. Das genehmigte Kapital I wurde bisher nicht ausgenutzt.

Genehmigtes Kapital II

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 23. Mai 2002 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 23. Mai 2007 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Sacheinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 60.000.000 € zu erhöhen (genehmigtes Kapital II). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats über den Ausschluss des Bezugsrechts zu entscheiden und die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhungen festzulegen. Das genehmigte Kapital II wurde bisher nicht ausgenutzt.

Genehmigtes Kapital III

Die Hauptversammlung vom 4. Juni 2004 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 3. Juni 2009 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Geldeinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 100.000.000 € zu erhöhen (genehmigtes Kapital III). Dabei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht insoweit auszuschließen, als es erforderlich ist, um den Inhabern der von der METRO AG und deren unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent des Grundkapitals gehaltenen Konzerngesellschaften begebenen Optionsanleihen und Wandelschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- bzw. Wandlungsrechts zustehen würde, sowie das Bezugsrecht weiter auszuschließen für etwa verbleibende Aufrundungsspitzen.

Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre für eine oder mehrere Kapitalerhöhungen im Rahmen des genehmigten Kapitals auszuschließen, wenn der Nennbetrag dieser Kapitalerhöhungen insgesamt 10 Prozent des bei der erstmaligen Ausnutzung im Handelsregister eingetragenen Grundkapitals nicht übersteigt und jeweils der Ausgabepreis der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises nicht wesentlich unterschreitet. Die Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals vermindert sich um den anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf diejenigen eigenen Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit des genehmigten Kapitals III unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gemäß §§ 71 Abs. 1 Nr. 8 Satz 5, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG veräußert werden. Die Höchstgrenze vermindert sich ferner um den anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf diejenigen Aktien entfällt, die zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen mit Options- oder Wandlungsrecht oder mit Wandlungspflicht auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit des genehmigten Kapitals III unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben werden. Das genehmigte Kapital III wurde bisher nicht ausgenutzt.

Genehmigtes Kapital IV

Die Hauptversammlung vom 4. Juni 2004 hat den Vorstand ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 3. Juni 2009 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber

lautender Stammaktien gegen Sacheinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 125.000.000 € zu erhöhen (genehmigtes Kapital IV). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats über den Ausschluss des Bezugsrechts zu entscheiden. Das genehmigte Kapital IV wurde bisher nicht ausgenutzt.

Erwerb eigener Aktien

Die Hauptversammlung vom 18. Mai 2005 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 18. November 2006 eigene Aktien bis zu insgesamt zehn vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben.

Von dieser Ermächtigung hat bisher weder die Gesellschaft noch ein abhängiges oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehendes Unternehmen oder ein anderer für Rechnung der Gesellschaft oder eines abhängigen oder eines in Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Unternehmens Gebrauch gemacht (vgl. § 160 Abs. 1 Nr. 2 AktG).

Kapitalrücklagen

Die Kapitalrücklage beträgt wie im Vorjahr 2.551 Mio. €.

Gewinnrücklagen

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Gesetzliche Rücklage	28	29
Satzungsmäßige Rücklage	48	48
Rücklage für Bewertung nach IAS 39 (inkl. latenter Steuern)	48	22
Rücklage für Währungsumrechnungen	126	-43
Andere Gewinnrücklagen	1.471	1.246
	1.721	1.302

Die Gewinnrücklagen beinhalten unter anderem die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung nach IAS 39 sowie latente Steuern hierauf. Im Geschäftsjahr wurden insgesamt 41 Mio. € (Vorjahr 17 Mio. €) im Zusammenhang mit derivativen Finanzinstrumenten innerhalb von Cash Flow Hedges im Eigenkapital erfasst. Im Zusammenhang mit der Klasse „zur Veräußerung verfügbar“ wurden im laufenden Jahr 2 Mio. € Erträge sowie 2 Mio. € Aufwendungen erfolgswirksam erfasst (Vorjahr 0 Mio. €). Eigenkapitalmindernd in Höhe von 15 Mio. € wirkte der erfolgsneutral erfasste Teil der Fair-Value-Schwankungen der für die aktienorientierten Vergütungen erworbenen Sicherungsgeschäfte (Vorjahr Eigenkapitalmehrung 8 Mio. €).

Daneben haben 169 Mio. € Währungsumrechnungsdifferenzen das Eigenkapital erhöht (Vorjahr 81 Mio. €). Die währungsbedingte Eigenkapitalerhöhung stammt im Wesentlichen aus den Ländern Türkei, Polen, Russland, Ukraine und Rumänien.

Die anderen Gewinnrücklagen erhöhten sich unter Berücksichtigung der Dividendenzahlung 2004 (-334 Mio. €) im Wesentlichen durch das Einstellen des den Anteilseignern der METRO AG zustehenden Periodengewinns 2005 (531 Mio. €) auf 1.471 Mio. €.

Minderheitenanteile am Eigenkapital

Die Minderheitenanteile umfassen die Anteile Dritter am Eigenkapital der konsolidierten Tochterunternehmen. Diese betragen zum Jahresende 206 Mio. € (Vorjahr 161 Mio. €). Nennenswerte Minderheitenanteile bestehen bei der Media-Saturn-Holding GmbH.

Mitteilungen gemäß § 21 Abs. 1 Wertpapierhandelsgesetz (WpHG)

Die METRO AG wird über die Metro Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG und weitere Gesellschaften und Personen der Mehrheitsaktionäre Beisheim, Haniel und Schmidt-Ruthenbeck beherrscht. Durch eine Vereinbarung stimmen die Gesellschafterstämme ihr Verhalten in Bezug auf die METRO AG ab. Die Beteiligungen, die der METRO AG nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt worden sind, werden gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG im Anhang des Jahresabschlusses 2005 der METRO AG aufgeführt.

Verwendung des Bilanzgewinns, Dividenden

Die Dividendenausschüttung der METRO AG richtet sich nach dem handelsrechtlichen Jahresabschluss der METRO AG.

Aus dem für das Geschäftsjahr 2004 ausgewiesenen Bilanzgewinn von 356,0 Mio. € wurden im Geschäftsjahr 2005 gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 18. Mai 2005 Dividenden in Höhe von 1,020 € je Stammaktie und 1,122 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 333,6 Mio. €, ausgeschüttet. Der Restbetrag von 22,4 Mio. € wurde als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorgetragen.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns 2005 wird der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vorschlagen, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 337,5 Mio. € eine Dividendenausschüttung in Höhe von 1,020 € je Stammaktie und 1,122 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 333,6 Mio. €, zu beschließen und den Restbetrag von 3,9 Mio. € als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorzutragen. In dem Bilanzgewinn 2005 von 337,5 Mio. € ist ein Gewinnvortrag von 22,4 Mio. € enthalten.

29. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Rückstellungen für Pensionen (Direktzusagen)	570	574
Rückstellungen für mittelbare Zusagen	209	210
Rückstellungen für Abfertigungsleistungen	97	83
Rückstellung für die betriebliche Höherversorgung	4	4
Rückstellungen für betriebliche Altersversorgung	880	871
Sonstige Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen	115	135
	995	1.006

Bei den Verpflichtungen handelt es sich größtenteils um Leistungen aus Regelungen der **betrieblichen Altersversorgung**. Es bestehen leistungsorientierte Ansprüche aus unmittelbaren Zusagen (Direktzusagen) und gegenüber externen Versorgungsträgern (Unterstützungskassen in Deutschland und Pensionsfonds im Ausland), die nach IAS 19 (als „post-employment benefits“) ganz oder teilweise fondsfinanziert sind. Die Versorgungsleistungen sind gemäß den jeweiligen Leistungsplänen einkommens- und dienstzeitbezogen; daneben werden dienstzeitbezogene Versorgungsleistungen auf der Grundlage von Festbeträgen gewährt. Neu eintretende Mitarbeiter erhalten keine Leistungen der betrieblichen Altersversorgung.

Die genannten Verpflichtungen werden auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten bewertet. Grundlage der Gutachten sind die rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes. Die fast ausschließlich im europäischen Wirtschaftsraum bestehenden Verpflichtungen werden mit einem Rechnungszins von 4,00 Prozent (Vorjahr 4,75 Prozent), einem durchschnittlichen Lohn- und Gehaltstrend von 2,50 Prozent (Vorjahr 2,50 Prozent) und einem durchschnittlichen Rententrend von 1,25 Prozent (Vorjahr 1,20 Prozent) bewertet. Die durchschnittlich erwartete Rendite aus dem Planvermögen beträgt 6,43 Prozent (Vorjahr 5,86 Prozent). Die Mitarbeiterfluktuation ist betriebsspezifisch ermittelt und alters-/dienstzeitabhängig berücksichtigt. Den versicherungsmathematischen Bewertungen liegen länderspezifische Sterbetafeln zu Grunde.

Die Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts sowie der Planvermögen von externen Versorgungseinrichtungen ergeben sich wie folgt:

Mio. €	2005	2004
Anwartschaftsbarwert		
Stand 1.1.	1.928	1.640
Effekt „Remeasurement“ ¹	6	14
Angepasster Stand 1.1.	1.934	1.654
Veränderung Konsolidierungskreis	6	95
Zinsaufwand	91	94
Dienstzeitaufwand	42	37
Übertragung von Vermögenswerten	-2	-
Nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand	1	1
Rentenzahlungen	-112	-107
Versicherungsmathematische Gewinne (-)/Verluste (+)	236	154
Währungseffekte	3	-
Stand 31.12.	2.199	1.928
Mio. €	2005	2004
Veränderungen der Planvermögen		
Stand 1.1.	746	589
Effekt „Remeasurement“ ¹	7	2
Angepasster Stand 1.1.	753	591
Veränderung Konsolidierungskreis	-	86
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	44	38
Rentenzahlungen	-66	-65
Beiträge von Arbeitgebern einschließlich Überträgen	59	62
Versicherungsmathematische Gewinne (+)/Verluste (-)	52	34
Währungseffekte	2	-
Stand 31.12.	844	746
Mio. €	2005	2004
Finanzierungsstand		
Anwartschaftsbarwert nicht fondsfinanziert	820	718
Anwartschaftsbarwert ganz oder teilweise fondsfinanziert	1.379	1.210
Zwischensumme	2.199	1.928
Marktwert des Planvermögens	-844	-746
Stand 31.12.	1.355	1.182
Noch nicht berücksichtigte versicherungsmathematische Gewinne (+)/Verluste (-)	-508	-341
Nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand	-11	-12
Nettoschuld Stand 31.12.	836	829

¹Das „Remeasurement“ betrifft die Kaufhalle AG und die Kaufhof Warenhaus AG, bei denen zum 1.1.2005 das Mengengerüst auf Basis aktueller Daten angepasst wurde

Darüber hinaus bestehen Verpflichtungen in Höhe von 5 Mio. € (Vorjahr 0 Mio. €), die nach lokalen Kriterien bewertet wurden.

Der Anstieg der versicherungsmathematischen Verluste resultiert fast ausschließlich aus der Anpassung des Rechnungszinses von 4,75 auf 4,00 Prozent.

Den Rückstellungen für betriebliche Altersversorgung in Höhe von 880 Mio. € (Vorjahr 871 Mio. €) stehen Aktivwerte für mittelbare Zusagen in Großbritannien und den Niederlanden in Höhe von 39 Mio. € (Vorjahr 42 Mio. €) gegenüber, sodass sich eine Nettoschuld von 841 Mio. € (Vorjahr 829 Mio. €) ergibt.

Im Planvermögen sind selbstgenutzte Immobilien in Höhe von 103 Mio. € (Vorjahr 104 Mio. €) enthalten.

Die Pensionsaufwendungen aus unmittelbaren und mittelbaren Zusagen der betrieblichen Altersversorgung setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2005	2004
Zinsaufwand auf Anwartschaftsbarwert	91	94
Erwartete Erträge der Planvermögen	-44	-38
Erfasste versicherungsmathematische Gewinne (-)/Verluste (+)	17	13
Zinsaufwand effektiv	64	69
Dienstzeitaufwand ¹	37	31
Nachzuverrechnender früherer Dienstzeitaufwand	2	1
	103	101

¹Darin verrechnet von Mitarbeitern geleistete Beiträge

Der Dienstzeitaufwand wurde in den Vertriebskosten in Höhe von 35 Mio. € (Vorjahr 29 Mio. €) und in den Verwaltungskosten in Höhe von 4 Mio. € (Vorjahr 3 Mio. €) berücksichtigt.

Die **sonstigen Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen** beinhalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Vorpensionierungen bzw. Altersteilzeit, Jubiläums- und Sterbegelder sowie Gehaltsfortzahlungen im Todesfall. Die Verpflichtungen werden auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten bewertet. Die hierfür herangezogenen Bewertungsparameter sind grundsätzlich identisch mit denen der betrieblichen Altersversorgung.

30. Sonstige Rückstellungen (langfristig)/Rückstellungen (kurzfristig)

Die sonstigen Rückstellungen (langfristig)/Rückstellungen (kurzfristig) haben sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Mio. €	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich	Verpflichtungen aus dem Warengeschäft	Restrukturierungen	Steuer Risiken	Übrige Rückstellungen	Gesamt
Stand 1.1.2005	113	119	47	156	262	697
Adjustierung IAS 37 in Verbindung mit IAS 8	57	-	-	-	-	57
Adjustierung IFRS 2	-	-	-	-	26	26
Adjustierter Stand 1.1.2005	170	119	47	156	288	780
Währungsumrechnung	0	0	-	-	1	1
Zuführung	75	80	9	22	101	287
Auflösung	-19	-7	-10	-1	-46	-83
Inanspruchnahme	-20	-69	-18	-26	-66	-199
Veränderung Konsolidierungskreis	-45	14	-1	3	-2	-31
Zinsanteil in der Zuführung/ Veränderung des Zinssatzes	2	-	0	-	0	2
Umbuchung	-9	2	-1	0	-14	-22
Stand 31.12.2005	154	139	26	154	262	735
Langfristig	127	36	18	119	147	447
Kurzfristig	27	103	8	35	115	288
Stand 31.12.2005	154	139	26	154	262	735

Die Rückstellung für Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich betrifft überwiegend Beträge für Mietunterdeckungen in Höhe von 67 Mio. € (Vorjahr 67 Mio. €), für sonstige standortbezogene Risiken in Höhe von 38 Mio. € (Vorjahr 57 Mio. €), Mietverpflichtungen in Höhe von 25 Mio. € (Vorjahr 26 Mio. €) sowie Rückbauverpflichtungen in Höhe von 19 Mio. € (Vorjahr 13 Mio. €).

Wesentliche Bestandteile der Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Warengeschäft sind die Rückstellung für Rabatte aus dem Payback-Verfahren in Höhe von 72 Mio. € (Vorjahr 67 Mio. €) sowie Rückstellungen für Garantieleistungen in Höhe von 36 Mio. € (Vorjahr 34 Mio. €).

Die Restrukturierungsrückstellungen haben Bestand für die Fokussierung der ehemaligen Vertriebslinie Extra (enthalten in der Vertriebslinie Real) in Höhe von 15 Mio. €. Weitere 9 Mio. € entfallen auf vorjährige Unternehmenszusammenschlüsse und betreffen den Erwerb der Innovation S.A., Belgien, aus dem Jahr 2001.

Die Rückstellung für Steuern beinhaltet grundsätzlich Rückstellungen für steuerliche Risiken vergangener Jahre.

Ferner setzen sich die übrigen Rückstellungen vor allem aus Verpflichtungen aus Prozesskosten/-risiken in Höhe von 51 Mio. € (Vorjahr 44 Mio. €) sowie aus Bürgschafts- und Gewährleistungsrisiken in Höhe von 30 Mio. € (Vorjahr 30 Mio. €) und aus Rückstellungen für aktienbasierte Vergütungen in Höhe von 32 Mio. € (Vorjahr 26 Mio. €) zusammen.

Verpflichtungen aus Prozesskosten/-risiken enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Zivilrechtsfälle, insbesondere für Prozesse gegen Lieferanten und Kunden.

Die Veränderung des Konsolidierungskreises resultiert u. a. zum einen in Höhe von 36 Mio. € aus der Erstkonsolidierung der Adler-Modemärkte und zum anderen aus der Trennung von Praktiker in Höhe von -66 Mio. €.

31. Verbindlichkeiten

Mio. €	31.12.2005 gesamt	Restlaufzeit			31.12.2004 gesamt
		bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.952	10.952	-	-	10.771
Anleihen	3.458	610	2.103	745	3.157
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.545	307	658	580	1.633
Schuldscheindarlehen	389	57	332	-	582
Wechselverbindlichkeiten	451	451	-	-	347
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.793	165	593	1.035	2.083
Finanzielle Schulden	7.636	1.590	3.686	2.360	7.802
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	431	431	-	-	447
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	20	20	-	-	20
Lohn- und Gehaltsabrechnung	805	785	20	-	799
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften	35	35	-	-	109
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	123	52	32	39	114
Übrige Verbindlichkeiten	986	644	315	27	850
Sonstige Verbindlichkeiten	2.400	1.967	367	66	2.339
Ertragsteuerschulden	249	249	-	-	278
	21.237	14.758	4.053	2.426	21.190

32. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Bilanzwerte entsprechen im Wesentlichen den Marktwerten. Der Anstieg verhält sich umsatzkonform und resultiert primär aus den Expansionen der Vertriebslinien Metro Cash & Carry sowie Media Markt und Saturn.

33. Finanzielle Schulden

Für die **langfristige Finanzierung** steht ein im Jahr 2000 aufgelegtes „Debt Issuance Programme“ zur Verfügung, dessen Nominalvolumen sich auf 5 Mrd. € beläuft. Innerhalb dieses Programms können Anleihen mit Laufzeiten von bis zu 30 Jahren nach deutschem oder englischem Recht in beliebiger Währung begeben werden.

Die im Oktober 2004 emittierte variabel verzinsliche Anleihe mit einem Nominalvolumen von 500 Mio. € und einer Laufzeit von 5 Jahren wurde im Januar 2005 um 250 Mio. € aufgestockt.

Für die **kurz- und mittelfristige Finanzierung** nutzt die METRO Group kapitalmarktübliche Daueremissionsprogramme, so zum Beispiel das im Jahr 1999 aufgelegte „Euro Commercial Paper Program“ mit einem nutzbaren Volumen von bis zu 3 Mrd. €. Ein weiteres, im Mai 2003 aufgelegtes Commercial Paper Program, das insbesondere Investorengruppen auf dem französischen Kapitalmarkt ansprechen soll, beläuft sich auf 2,0 Mrd. €. Insgesamt wurden beide Programme im Jahr 2005 durchschnittlich in Höhe von 1,6 Mrd. € (Vorjahr 1,3 Mrd. €) ausgenutzt.

Des Weiteren stehen der METRO Group syndizierte Konsortialkreditlinien im Gesamtbetrag von 2.975 Mio. € mit Laufzeitenden zwischen November 2008 und Februar 2011 zur Verfügung. Im Falle der Inanspruchnahme liegen die Zinssätze zwischen EURIBOR +20,0 Basispunkten (BP) und EURIBOR +30,0 BP. Der durchschnittliche im Jahr 2005 in Anspruch genommene Betrag lag bei 1.000 Mio. € (Vorjahr 1.023 Mio. €).

Die Vertragsbedingungen für die Konsortialkreditlinien sehen im Falle einer Ratingaufwertung der METRO Group um eine Stufe eine Verringerung der Margen von 2,5 BP vor. Eine Ratingverschlechterung um eine Stufe würde zu einer Margen-Erhöhung von 5 bis 7,5 BP führen.

Die im Juli 2005 und Oktober 2006 auslaufenden syndizierten Kreditlinien über 1.023 Mio. € bzw. 1.500 Mio. € wurden im Januar bzw. Dezember 2005 durch neue syndizierte Kreditlinien mit einer Laufzeit von 5 Jahren und einem Nominalbetrag von jeweils 1.000 Mio. € ersetzt.

Der METRO Group standen zum 31. Dezember 2005 zusätzliche bilaterale Bankkreditlinien in Höhe von 2.645 Mio. € (Vorjahr 2.667 Mio. €) zur Verfügung, wovon 1.105 Mio. € (Vorjahr 1.511 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr aufweisen. Zum Bilanzstichtag wurden von den bilateralen Kreditlinien insgesamt 1.545 Mio. € (Vorjahr 1.634 Mio. €) in Anspruch genommen. Davon valutierten 307 Mio. € mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr (Vorjahr 466 Mio. €).

Darüber hinaus werden Wechsel in Höhe von 451 Mio. € (Vorjahr 347 Mio. €) zur kurzfristigen Finanzierung genutzt.

Der Anteil des größten Kreditgebers in Relation zur Summe aus Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Schuldscheindarlehen beträgt 15 Prozent. Ein Ausfall kann durch die bestehenden unausgenutzten Kreditfazilitäten bzw. die bestehenden Geld- und Kapitalmarktprogramme jederzeit gedeckt werden. Die METRO Group trägt somit kein signifikantes Kreditgeberausfallrisiko.

Sicherheiten für die Finanzschulden werden von der METRO Group grundsätzlich nicht gegeben. Eine Ausnahme besteht aufgrund der Erstkonsolidierung der Asset Immobilienbeteiligungen GmbH & Co. KG sowie deren Tochtergesellschaften im Jahr 2003, für deren Immobilienportfolio zum 31. Dezember 2005 dingliche Sicherheiten in Höhe von 437 Mio. € (Vorjahr 578 Mio. €) gestellt wurden.

Die Fälligkeitsstruktur der finanziellen Schulden ist in der folgenden Tabelle dargestellt. Die angegebenen Buchwerte und Fair Values beinhalten die aufgelaufenen Zinsen, deren Restlaufzeit jeweils unter einem Jahr liegt.

Finanzierung	Währung	Emissions- volumen in Mio. Währung	Restlaufzeit	Nominal- werte 31.12.2005 in Mio. €	Buchwerte 31.12.2005 in Mio. €	Fair Values 31.12.2005 in Mio. €
Anleihen	EUR	522	bis 1 Jahr	522	610	611
		2.049	1 bis 5 Jahre	2.049	2.066	2.083
		750	über 5 Jahre	750	745	801
	CZK	-	bis 1 Jahr	-	0	0
		9	1 bis 5 Jahre	0	0	0
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	JPY	-	bis 1 Jahr	-	0	0
		5.000	1 bis 5 Jahre	36	37	37
		-	über 5 Jahre	-	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (ohne Konto- korrent)	EUR	112	bis 1 Jahr	112	112	169
		611	1 bis 5 Jahre	611	611	621
		563	über 5 Jahre	563	563	575
	BGN	1	bis 1 Jahr	1	1	1
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	CNY	771	bis 1 Jahr	81	81	81
		446	1 bis 5 Jahre	47	47	49
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	CZK	77	bis 1 Jahr	3	3	3
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	DKK	8	bis 1 Jahr	1	1	1
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	GBP	1	bis 1 Jahr	2	2	2
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-

Finanzierung	Währung	Emissions- volumen in Mio. Währung	Restlaufzeit	Nominal- werte 31.12.2005 in Mio. €	Buchwerte 31.12.2005 in Mio. €	Fair values 31.12.2005 in Mio. €
	INR	50	bis 1 Jahr	1	1	1
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	JPY	7.935	bis 1 Jahr	57	57	57
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	MAD	41	bis 1 Jahr	4	4	4
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	PLN	3	bis 1 Jahr	1	1	1
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	RUB	91	bis 1 Jahr	3	3	3
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	SKK	86	bis 1 Jahr	2	2	2
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
	VND (Tsd.)	296	bis 1 Jahr	16	16	16
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		317	über 5 Jahre	17	17	17
	USD	4	bis 1 Jahr	4	4	4
		-	1 bis 5 Jahre	-	-	-
		-	über 5 Jahre	-	-	-
Schuldschein- darlehen	EUR	43	bis 1 Jahr	43	57	57
		332	1 bis 5 Jahre	332	332	350
		-	über 5 Jahre	-	-	-

Die Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, die über mehrere Perioden getilgt werden, sind entsprechend ihren Tilgungszeitpunkten dargestellt. Bei der Angabe des Fair Values wurde der Differenzbetrag zwischen Buchwert und Fair Value mit einer Fälligkeit unter einem Jahr dargestellt.

Die Zinsstruktur der finanziellen Schulden ist folgender Tabelle zu entnehmen:

Finanzierung	Zins- konditionen	Währung	Restlaufzeiten	Gewichteter Zinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Emissionsvolumen in Mio. Währung
Anleihen	fest- verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	5,75	200
			1 bis 5 Jahre	5,21	1.299
			über 5 Jahre	4,63	750
		CZK	bis 1 Jahr	-	-
			1 bis 5 Jahre	10,50	9
			über 5 Jahre	-	-
	JPY	bis 1 Jahr	-	-	
		1 bis 5 Jahre	1,32	5.000	
		über 5 Jahre	-	-	
	variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	3,24	322
			1 bis 5 Jahre	2,58	750
			über 5 Jahre	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (ohne Konto- korrent)	fest- verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	3,68	112
			1 bis 5 Jahre	5,42	611
			über 5 Jahre	5,48	563
		BGN	bis 1 Jahr	2,67	1
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
		CNY	bis 1 Jahr	4,92	771
			1 bis 5 Jahre	5,28	446
			über 5 Jahre	-	-
		CZK	bis 1 Jahr	2,16	77
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
	DKK	bis 1 Jahr	3,10	8	
		1 bis 5 Jahre	-	-	
		über 5 Jahre	-	-	
	GBP	bis 1 Jahr	5,75	1	
		1 bis 5 Jahre	-	-	
		über 5 Jahre	-	-	
	INR	bis 1 Jahr	6,85	50	
		1 bis 5 Jahre	-	-	
		über 5 Jahre	-	-	
	MAD	bis 1 Jahr	4,15	41	
		1 bis 5 Jahre	-	-	
		über 5 Jahre	-	-	

Finanzierung	Zins-konditionen	Währung	Restlaufzeiten	Gewichteter Zinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Emissionsvolumen in Mio. Währung
		PLN	bis 1 Jahr	4,95	3
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
		RUB	bis 1 Jahr	6,00	91
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
		SKK	bis 1 Jahr	2,16	86
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
		VND (Tsd.)	bis 1 Jahr	8,35	296
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
		USD	bis 1 Jahr	4,82	4
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
	variabel verzinslich	VND (Tsd.)	bis 1 Jahr	-	-
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	9,97	317
		JPY	bis 1 Jahr	0,74	7.935
			1 bis 5 Jahre	-	-
			über 5 Jahre	-	-
Schuldschein-darlehen	fest-verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	5,47	43
			1 bis 5 Jahre	5,81	332
			über 5 Jahre	-	-

Die Zinsbindung der kurz- und mittelfristigen finanziellen Schulden und die Zinsanpassungstermine aller festverzinslichen finanziellen Schulden entsprechen im Wesentlichen den dargestellten Restlaufzeiten. Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Die finanziellen Schulden werden mit 1.146 Mio. € zu 2,78 Prozent variabel verzinst. Eine Zinsänderung von 0,1 Prozent hat einen um 1 Mio. € höheren/niedrigeren Zinsaufwand zur Folge.

34. Sonstige Verbindlichkeiten

Die in den sonstigen Verbindlichkeiten enthaltenen übrigen Verbindlichkeiten umfassen eine Vielzahl von Einzelposten, wie Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern, Verbindlichkeiten aus Mietverpflichtungen und Verbindlichkeiten aus Jahresabschlusskosten.

Des Weiteren sind mit Andienungsrechten ausgestattete Gesellschaftsanteile in diesem Posten erfasst. Die unter den übrigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen finanziellen Bilanzposten entsprechen im Wesentlichen deren Marktwerten.

Sonstige Erläuterungen

35. Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt gemäß IAS 7 (Cash Flow Statement), wie sich Zahlungsmittel im Konzern im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben.

Die Kapitalflussrechnung unterscheidet zwischen Mittelveränderungen aus laufender Geschäftstätigkeit, Investitions- und Finanztätigkeit. Infolge des Börsengangs von Praktiker und des Verkaufs der von Praktiker genutzten Immobilien (vgl. Anhang Nr. 37) werden die Cash Flows dieser nicht fortgeführten Aktivitäten separat ausgewiesen. Der Bestand an Zahlungsmitteln umfasst Schecks und Kassenbestand sowie die Guthaben bei Kreditinstituten.

Aus der laufenden Geschäftstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten konnten im Berichtsjahr 2.034 Mio. € (Vorjahr 2.755 Mio. €) generiert werden.

Der Rückgang des operativen Cash Flows war im Wesentlichen durch gestiegene Forderungen gegen Lieferanten und durch eine außergewöhnlich hohe Verbesserung des Netto-Betriebsvermögens im Vorjahr geprägt.

Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten resultiert im Berichtsjahr ein Mittelabfluss von 1.125 Mio. € (Vorjahr Mittelabfluss 1.303 Mio. €). Hierbei lagen die Mittelabflüsse aus Investitionen mit 515 Mio. € über den entsprechenden Mittelabflüssen des Vorjahres. Aus der Desinvestition Praktiker ergab sich ein Mittelzufluss in Höhe von 670 Mio. €.

Der Betrag der als Mittelabfluss dargestellten Investitionen in Sachanlagen unterscheidet sich gegenüber dem im Anlagenspiegel dargestellten Zugang in Höhe der nicht zahlungswirksamen Zugänge aus Finanzierungs-Leasing.

Der Cash Flow aus Finanztätigkeit der fortgeführten Aktivitäten weist im Berichtsjahr einen Mittelabfluss von insgesamt 1.392 Mio. € (Vorjahr 907 Mio. €) aus.

36. Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung ist nach IAS 14 (Segment Reporting) aufgestellt. Die Segmentierung folgt der internen Steuerung und Berichterstattung des Konzerns. Angaben zu den Segmenten enthält der Lagebericht.

Die Primärberichterstattung erfolgt nach Geschäftsfeldern. Bei der Sekundärberichterstattung wird nach den Regionen Deutschland, Westeuropa ohne Deutschland, Osteuropa und Asien/Afrika unterschieden.

- Der Außenumsatz repräsentiert den Umsatz der Geschäftsfelder mit Konzern-Externen.
- Der Innenumsatz zeigt die Umsätze mit anderen Geschäftsfeldern.
- Die Segmentsteuerungsgröße EBIT beschreibt das betriebliche Ergebnis der Periode vor Finanzergebnis und Ertragsteuern.
- Das Segment-EBITDA umfasst das EBIT vor Abschreibungen auf Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte.
- Das Segmentvermögen beinhaltet den Teil der lang- und kurzfristigen Vermögenswerte, die für die betriebliche Tätigkeit des Segments genutzt werden. Hierunter fallen insbesondere immaterielle Vermögenswerte (einschließlich erworbener Geschäfts- oder Firmenwerte), Sachanlagen, Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der betrieblich genutzte Teil der sonstigen Forderungen und Vermögenswerte.
- Die Segmentschulden beinhalten den Teil der lang- und kurzfristigen Schulden, die aus der betrieblichen Tätigkeit des Segments resultieren. Hierunter fallen insbesondere Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der betrieblich verursachte Teil der sonstigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten.
- Die Segmentinvestitionen beinhalten neben den gesamten Anschaffungs- und Herstellungskosten, die während der Berichtsperiode durch den Erwerb bzw. die Herstellung von Segmentvermögen verursacht wurden, auch die Investitionen in langfristige finanzielle Vermögenswerte.
- Transfers zwischen den Segmenten finden zu Preisen statt, wie sie auch mit Dritten vereinbart würden.
- Aufgrund der Erstanwendung des IFRS 5 ist das Geschäftsfeld Nonfood-Fachmärkte in Media Markt und Saturn umbenannt worden. Die nicht fortgeführten Aktivitäten beinhalten Praktiker (im Vorjahr im Segment Nonfood-Fachmärkte enthalten) sowie Praktiker Immobilien (im Vorjahr im Segment Sonstige/Konsolidierung enthalten). Praktiker Österreich wurde vom Segment Nonfood-Fachmärkte in das Segment Sonstige/Konsolidierung umgegliedert.
- Das Segment Lebensmitteleinzelhandel wurde in Real (einschl. Extra) und das Segment Warenhaus in Galeria Kaufhof umbenannt.
- Die Vorjahreswerte wurden aufgrund der Anwendung neuer Bilanzierungsmethoden adjustiert.

Primärsegmente (Geschäftsfelder)

Mio. €	Metro Cash & Carry		Real (einschl. Extra)		Media Markt und Saturn	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Außenumsätze (netto)	28.087	26.442	9.922	10.727	13.306	12.210
Innenumsätze (netto)	137	143	1	1	-	-
Umsatzerlöse (netto)	28.224	26.585	9.923	10.728	13.306	12.210
EBITDA	1.377	1.280	132	303	679	612
Abschreibungen	364	317	144	168	169	160
EBIT	1.013	963	-12	135	510	452
Investitionen	900	619	266	128	315	261
Segmentvermögen	11.721	10.466	3.395	3.372	5.486	5.016
Segmentsschulden	5.671	5.176	1.461	1.514	4.523	4.311
Mitarbeiter per Stichtag (auf Vollzeitbasis)	96.118	88.607	43.533	45.908	40.255	35.996
Verkaufsfläche (in 1.000 m ²)	4.218	3.952	2.693	2.885	1.704	1.514
Betriebsstätten (Anzahl)	544	504	592	742	558	503

¹Darin enthalten 15,2 Mio. € Aufwand für die Übernahme von Verwertungsrisiken ehemaliger Standorte von Real (einschl. Extra)

Sekundärsegmente (Regionen)

Mio. €	Deutschland		Westeuropa o. Deutschland		Osteuropa	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Außenumsätze (netto)	25.948	26.541	17.976	17.148	10.614	8.707
Innenumsätze (netto)	14	13	1	1	-	-
Umsatzerlöse (netto)	25.962	26.554	17.977	17.149	10.614	8.707
EBITDA	1.236	1.432	1.045	957	674	521
Abschreibungen	701	686	284	263	185	151
EBIT	535	746	761	694	489	370
Investitionen	811	913	512	359	735	419
Segmentvermögen	12.914	12.262	9.053	8.809	5.268	4.061
Segmentsschulden	7.162	7.278	5.003	4.475	2.260	1.821
Mitarbeiter per Stichtag (auf Vollzeitbasis)	102.646	102.230	48.801	45.611	52.057	44.328
Verkaufsfläche (in 1.000 m ²)	6.093	5.985	2.533	2.349	1.571	1.320
Betriebsstätten (Anzahl)	1.427	1.463	477	422	224	188

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						Nicht fortgeführte Aktivitäten des Konzerns	
Galeria Kaufhof		Sonstige/Konsolidierung ¹		METRO Group		2005	2004
2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004
3.575	3.768	832	328	55.722	53.475	2.789	2.934
8	8	-146	-152	-	-	-	-
3.583	3.776	686	176	55.722	53.475	2.789	2.934
189	199	561	450	2.938	2.844	18	142
120	142	403	334	1.200	1.121	47	48
69	57	158	116	1.738	1.723	-29	94
96	120	561	616	2.138	1.744	83	58
1.266	1.313	2.867	2.058	24.735	22.225	-	1.669
1.013	1.024	1.794	1.538	14.462	13.563	-	619
19.983	20.412	15.048	10.815	214.937	201.738	-	15.686
1.465	1.473	438	117	10.518	9.941	-	1.958
142	147	335	214	2.171	2.110	-	335

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						Nicht fortgeführte Aktivitäten des Konzerns	
Asien/Afrika		Konsolidierung		METRO Group		2005	2004
2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004
1.184	1.079	-	-	55.722	53.475	2.789	2.934
860	726	-875	-740	-	-	-	-
2.044	1.805	-875	-740	55.722	53.475	2.789	2.934
-6	-1	-11	-65	2.938	2.844	18	142
31	28	-1	-7	1.200	1.121	47	48
-37	-29	-10	-58	1.738	1.723	-29	94
80	53	-	-	2.138	1.744	83	58
728	613	-3.228	-3.520	24.735	22.225	-	1.669
395	300	-358	-311	14.462	13.563	-	619
11.433	9.569	-	-	214.937	201.738	-	15.686
321	287	-	-	10.518	9.941	-	1.958
43	37	-	-	2.171	2.110	-	335

37. Nicht fortgeführte Aktivitäten

Ende November 2005 trennte sich die METRO AG im Rahmen eines Börsengangs von 53,00 Prozent ihrer Anteile an der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG. Im Zuge dessen wurden im Dezember 2005 sämtliche ausschließlich von Praktiker genutzte Immobilien, die sich im Eigentum der METRO Group befanden, veräußert.

Die verbleibenden, infolge einer parallel zum Börsengang durchgeführten Kapitalerhöhung auf 40,52 Prozent verwässerten Anteile an der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG stehen überwiegend innerhalb des nächsten Jahres zum Verkauf.

Das Ergebnis nicht fortgeführter Aktivitäten setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2005 ¹	2004
Erlöse	2.878	3.027
Aufwendungen	-2.803	-2.947
Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten vor Steuern	75	80
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-13	-11
Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	62	69
Abwertung verbleibender Aktienbestand Praktiker auf 14,50 € je Aktie	-101	-
Aufwendungen aus der Entkonsolidierung von Praktiker inkl. Nebenkosten vor Steuern	-140	-
Erträge aus der Veräußerung von Praktiker-Immobilien inkl. Nebenkosten vor Steuern	210	-
Veräußerungsergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten vor Steuern	-31	-
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	-
Veräußerungsergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-31	-
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	31	69

¹Angaben umfassen bzgl. Praktiker nur den Zeitraum Januar bis November 2005

Den nicht fortgeführten Aktivitäten waren zum Zeitpunkt des Abgangs die nachstehenden Vermögenswerte und Schulden zuzuordnen:

Mio. €	2005
Langfristige Vermögenswerte	999
Geschäfts- oder Firmenwerte	326
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	7
Sachanlagen	469
Finanzielle Vermögenswerte	0
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	1
Latente Steueransprüche	196
Kurzfristige Vermögenswerte	1.021
Vorräte	650
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16
Finanzielle Vermögenswerte	0
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	171
Ertragsteuererstattungsansprüche	6
Zahlungsmittel	178
Minderheitenanteile am Eigenkapital	-2
Langfristige Schulden	-232
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	-10
Sonstige Rückstellungen	-43
Finanzielle Schulden	-103
Sonstige Verbindlichkeiten	-4
Latente Steuerschulden	-72
Kurzfristige Schulden	-600
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-436
Rückstellungen	-23
Finanzielle Schulden	-13
Sonstige Verbindlichkeiten	-114
Ertragsteuerschulden	-14
Saldo der veräußerten Vermögenswerte und Schulden	1.186

Der noch nicht veräußerte Anteil an der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG ist unter Berücksichtigung der Veräußerungskosten zu 14,50 € pro Aktie, also insgesamt mit 341 Mio. € bewertet und in der Bilanz separat als zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte ausgewiesen.

38. Management der finanzwirtschaftlichen Risiken

Der Finanzbereich der METRO AG steuert die finanzwirtschaftlichen Risiken der METRO Group. Dies sind speziell

- Preisänderungsrisiken,
- Liquiditätsrisiken,
- Bonitätsrisiken und
- Risiken aus Zahlungsstromschwankungen.

Preisänderungsrisiken

Preisänderungsrisiken resultieren für die METRO Group daraus, dass der Wert eines Finanzinstruments durch Änderungen der Marktzinssätze oder der Wechselkurse beeinflusst wird.

Zinsrisiken entstehen durch mögliche Wertschwankungen eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Marktzinssätze. Zur Begrenzung dieser Zinsrisiken werden Zinsswaps und Zinsbegrenzungsvereinbarungen eingesetzt.

Währungsrisiken entstehen der METRO Group im internationalen Einkauf von Waren und aufgrund von Kosten, die in einer anderen Währung als der jeweiligen Landeswährung anfallen oder an die Entwicklung einer anderen Währung gebunden sind. Für daraus resultierende Fremdwährungspositionen besteht eine Sicherungspflicht zum Zeitpunkt ihrer Entstehung. Dabei kommen Devisentermingeschäfte sowie Zins- und Währungsswaps zur Begrenzung der Währungsrisiken zum Einsatz.

Zins- und Währungsrisiken sind jedoch durch die in den METRO Group-internen Treasury-Richtlinien festgeschriebenen Grundsätze deutlich reduziert und limitiert. Darin ist z. B. konzernweit verbindlich geregelt, dass jede Absicherungsmaßnahme im Rahmen vorher definierter Limite erfolgen muss und in keinem Fall zu einer Erhöhung der Risikoposition führen darf. Die METRO Group nimmt dabei bewusst in Kauf, dass die Möglichkeiten, aktuelle oder erwartete Zins- beziehungsweise Wechselkursentwicklungen zur Ergebnisoptimierung zu nutzen, stark eingeschränkt sind.

Zur Absicherung dürfen außerdem ausschließlich marktgängige derivative Finanzinstrumente eingesetzt werden, deren korrekte finanzmathematische und buchhalterische Abbildung und Bewertung in den Treasury-Systemen sichergestellt ist.

Am Bilanzstichtag sind folgende derivative Finanzinstrumente zur Risikoreduzierung eingesetzt:

Mio. €	31.12.2005 Fair Values			31.12.2004 Fair Values		
	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten
Zinsbezogene Geschäfte						
Zinsswaps	1.670	46	-4	3.190	61	55
davon innerhalb Fair Value Hedges	(850)	(31)	(-)	(1.198)	(50)	(-)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(8)	(0)	(0)	(1.095)	(0)	(33)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(812)	(15)	(-4)	(897)	(11)	(22)
Zinsbegrenzungsvereinbarungen	750	3	-	0	0	0
davon innerhalb Fair Value Hedges	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(750)	(3)	(-)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	2.420	49	-4	3.190	61	55
Währungsbezogene Geschäfte						
Devisentermingeschäfte/-optionen	1.021	8	-4	905	6	28
davon innerhalb Fair Value Hedges	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(230)	(7)	(-1)	(310)	(1)	(22)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(791)	(1)	(-3)	(595)	(5)	(6)
Zins-/Währungsswaps	239	9	-26	238	14	25
davon innerhalb Fair Value Hedges	(0)	(0)	(-)	(36)	(0)	(12)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(-4)	(0)	(-)	(-)	(-)	(-)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(243)	(9)	(-26)	(202)	(14)	(13)
	1.260	17	-30	1.143	20	53
Gesamt	3.680	66	-34	4.333	81	108

Die Fair Values der derivativen Finanzinstrumente werden nach der Barwertmethode ermittelt.

Das Nominalvolumen der Devisentermingeschäfte/-optionen und der Zinsbegrenzungsvereinbarungen bestimmt sich aus der Nettoposition der den einzelnen Geschäften zu Grunde liegenden An- und Verkaufsbeträge. Das Nominalvolumen der Zinsswaps bzw. der Zins-/Währungsswaps und der Zinssicherungs-kontrakte ist brutto ausgewiesen.

Die eingesetzten Währungsderivate beziehen sich vor allem auf das Britische Pfund, die Dänische, Slowakische und Tschechische Krone, den Polnischen Zloty, den Japanischen Yen, den Schweizer Franken und die Türkische Lira.

Folgende Fälligkeitstermine liegen bei den derivativen Finanzinstrumenten vor:

Mio. €	Fair Values		
	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Fälligkeitstermine über 5 Jahre
Zinsbezogene Geschäfte			
Zinsswaps	5	37	0
davon innerhalb Fair Value Hedges	(-)	(31)	(-)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(0)	(-)	(-)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(5)	(6)	(0)
Zinsbegrenzungsvereinbarungen	-	3	-
davon innerhalb Fair Value Hedges	(-)	(-)	(-)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(-)	(3)	(-)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-)	(-)	(-)
Währungsbezogene Geschäfte			
Devisentermingeschäfte/-optionen	4	-	0
davon innerhalb Fair Value Hedges	(-)	(-)	(-)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(6)	(-)	(-)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-2)	(-)	(0)
Zins-/Währungsswaps	0	-17	-
davon innerhalb Fair Value Hedges	(-)	(0)	(-)
davon innerhalb Cash Flow Hedges	(0)	(-)	(-)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(-17)	(-)
Gesamt	9	23	0

Unter den Fälligkeitsterminen sind die Fair Values der in diesen Zeiträumen fälligen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten angegeben.

Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Um einen möglichen Marktwertverlust aller Finanzinstrumente abschätzen zu können, setzt die METRO AG Value-at-Risk-Berechnungen (VaR) ein. Hierbei werden auf Grundlage eines Varianz-Kovarianz-Modells potenzielle Wertveränderungen von Finanzpositionen bei Änderungen von Zinssätzen und Wechselkursen innerhalb wahrscheinlicher Schwankungsbreiten ermittelt. Entsprechend den Treasury-Richtlinien beträgt der betrachtete Zeitraum, über den der potenzielle Verlust geschätzt wird, 10 Tage und unterliegt der Annahme, dass aufgrund des Umfangs der Positionen nicht alle Positionen innerhalb eines kürzeren Zeitraums liquidiert werden können. Weitere Berechnungsparameter sind die Marktdaten der letzten 100 Tage sowie die Einstellung eines Konfidenzintervalls von 99 Prozent.

Liquiditätsrisiken

Die METRO AG fungiert für die Gesellschaften der METRO Group als finanzwirtschaftlicher Koordinator, um eine möglichst kostengünstige und betragsmäßig stets ausreichende Deckung des Finanzbedarfs für das operative Geschäft und für Investitionen sicherzustellen. Die erforderlichen Informationen werden durch eine quartalsweise aktualisierte, rollierende Konzernfinanzplanung bereitgestellt und einer monatlichen Abweichungsanalyse unterzogen. Diese Finanzplanung mit einem Planungshorizont von 12 Monaten wird zusätzlich durch eine wöchentlich rollierende 14-Tages-Liquiditätsplanung ergänzt.

Als Finanzinstrumente werden Produkte des Geld- und Kapitalmarkts (Fest- und Tagesgelder, Commercial Papers und Anleihen im Rahmen der Daueremissionsprogramme) sowie bilaterale und syndizierte Kredite eingesetzt. Die METRO Group verfügt stets über eine ausreichende Liquiditätsreserve, sodass Liquiditätsrisiken auch dann nicht entstehen, wenn unerwartet auftretende Ereignisse negative finanzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Liquiditätslage haben.

Zu den Finanzinstrumenten und Kreditlinien vergleiche die Ausführungen unter den entsprechenden Bilanzpositionen.

Durch den konzerninternen Finanzausgleich (Cash Pooling) wird eine Reduzierung des Fremdfinanzierungsvolumens sowie eine Optimierung der Geld- und Kapitalanlagen der METRO Group mit positiven Auswirkungen auf das Zinsergebnis erreicht. Das Cash Pooling ermöglicht die Nutzung der Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur internen Finanzierung des Geldbedarfs anderer Konzerngesellschaften.

Des Weiteren wird das im Finanzbereich der METRO AG gebündelte Know-how genutzt, um die Konzerngesellschaften in allen relevanten Finanzfragen zu beraten und zu betreuen. Das reicht von grundsätzlichen Überlegungen zur Finanzierung von Investitionsvorhaben bis hin zur Unterstützung der Finanzverantwortlichen der einzelnen Konzerngesellschaften in Gesprächen mit Banken und Finanzdienstleistern vor Ort. Dadurch wird sichergestellt, dass zum einen die Finanzressourcen der METRO Group im In- und Ausland optimal eingesetzt werden und zum anderen alle Konzerngesellschaften an der Bonität und Stärke der METRO Group im Hinblick auf ihre Finanzierungsbedingungen teilhaben.

Bonitätsrisiken

Bonitätsrisiken entstehen durch den vollständigen oder teilweisen Ausfall eines Kontrahenten, beispielsweise durch Insolvenz, im Rahmen von Geldanlagen sowie bei derivativen Finanzinstrumenten mit positiven Marktwerten.

Im Zuge des Bonitätsmanagements sind für alle Geschäftspartner der METRO Group Mindestanforderungen an die Bonität und zudem individuelle Höchstgrenzen für das Engagement festgelegt.

Grundlage des Bonitätsmanagements ist dabei eine in den Treasury-Richtlinien festgeschriebene Limitsystematik, die im Wesentlichen auf den Ratings internationaler Ratingagenturen oder auf internen Bonitätsprüfungen basiert. Jedem Kontrahenten der METRO Group wird ein individuelles Limit zugewiesen, dessen Einhaltung fortlaufend in Treasury-Systemen überwacht wird.

In der nachfolgenden Tabelle ist eine Einteilung der Geschäftspartner in Ratingklassen dargestellt:

Einstufung	Ratingklassen		Geldanlagen				Derivate mit positiven Marktwerten	Gesamt
	Moody's	Standard & Poor's	Deutschland	Westeuropa ohne D.	Osteuropa	Asien/Afrika		
	Aaa	AAA	0,0	0,0	0,0	0,0		
Aa1 bis Aa3	AA+ bis AA-	12,1	23,3	0,8	0,8	2,2		
A1 bis A3	A+ bis A-	12,4	31,0	5,4	1,1	1,4		
Baa1 bis Baa3	BBB+ bis BBB-	2,3	0,0	3,5	0,0	0,0	96,3	
Ba1 bis Ba3	BB+ bis BB-	0,1	0,0	1,6	0,3	0,0		
B1 bis B3	B+ bis B-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
C	C	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	
Kein Rating		0,3	1,1	0,3	0,0	0,0	1,7	
Gesamt			27,2	55,4	11,6	2,2	3,6	100,0

Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass per Stichtag über 96 Prozent des Anlagevolumens inklusive der positiven Marktwerte von Derivaten bei Kontrahenten mit einer Investment-Grade-Einstufung, die somit eine gute bis sehr gute Bonität aufweisen, platziert wurden. Bei Kontrahenten, die bisher noch kein international anerkanntes Rating aufweisen, handelt es sich größtenteils um renommierte Finanzinstitute, deren Bonität aufgrund eigener Analysen als einwandfrei betrachtet werden kann. Die METRO Group ist auch in Ländern vertreten, deren Finanzinstitute aufgrund ihrer eigenen Länder-Ratings keine Investment-Grade-Einstufung erreichen. Eine Zusammenarbeit mit diesen Instituten ist jedoch aus länder- und steuerrechtlichen Gründen sowie aus Kosten- und Effizienzgesichtspunkten unumgänglich. Der Anteil am Gesamtvolumen liegt hier bei 2 Prozent.

Die METRO Group ist somit Bonitätsrisiken nur in sehr geringem Maße ausgesetzt.

Risiken aus Zahlungsstromschwankungen

Verursacht durch eine Änderung des zukünftigen Zinsniveaus, können sich bei variabel verzinslichen Vermögens- bzw. Schuldposten Schwankungen der Zahlungsströme einstellen. Ein Teilbetrag der variabel verzinslichen Schuldposten wurde durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten gesichert. Das Treasury Committee, dem auch der Finanzvorstand der METRO AG angehört, legt den Umfang der abzusichernden Beträge periodisch fest. Darüber hinaus wird anhand so genannter „stress tests“ untersucht, welche Auswirkungen die Veränderungen des Zinsniveaus auf die Zahlungsströme haben könnten.

Des Weiteren trägt der Finanzbereich diesen Risiken dadurch Rechnung, dass eine Benchmark für das Verhältnis von variabler zu festverzinslicher Kreditaufnahme definiert ist. Die Zielstruktur des Kreditportfolios sieht einen Anteil von 55 Prozent variabler und 45 Prozent fixer Verzinsung vor. Aus diesem Überhang ergibt sich jedoch für die METRO Group kein nennenswertes Zinsänderungsrisiko. Durch den

Einsatz geeigneter derivativer Finanzinstrumente wird ermöglicht, die Zinsausstattung der zu Grunde liegenden originären Finanzgeschäfte entsprechend anzupassen, um somit die vorstehend genannte Benchmark zu erreichen.

39. Eventualverbindlichkeiten und Haftungsverhältnisse

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	28	40
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	215	587
	243	627

Der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen resultiert im Wesentlichen aus dem Wegfall von Garantien durch die Einbeziehung der Adler-Modemärkte.

Die verbleibenden Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen beziehen sich überwiegend auf mögliche Verpflichtungen aus der Abgabe von Extra-Märkten sowie aus dem Verkauf der Praktiker-Immobilien.

40. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Mio. €	31.12.2005	31.12.2004
Abnahmeverpflichtungen/Bestellobligo	90	8
Übrige	19	52
	109	60

Gemäß dem überarbeiteten IAS 32 wurden mit Andienungsrechten ausgestattete Gesellschaftsanteile als Fremdkapital und nicht mehr als Eigenkapital ausgewiesen. Die im Vorjahr ausgewiesenen Verpflichtungen aus Andienungsrechten an Gesellschaftsanteilen entfallen aufgrund der retrospektiven Anwendung.

Bei den Abnahmeverpflichtungen/dem Bestellobligo handelt es sich um eine Vielzahl von Verträgen zum Bezug von Dienstleistungen (Wartungsverträge), Energie, Werbematerialien sowie Büroartikeln.

Zu den Erwerbsverpflichtungen für sonstige immaterielle Vermögenswerte und Gegenstände des Sachanlagevermögens sowie den Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen vgl. Nr. 19 und 20.

41. Sonstige Rechtsangelegenheiten

Status Spruchverfahren

Die bei den 1996 durchgeführten Verschmelzungen der Asko Deutsche Kaufhaus AG und der Deutsche SB-Kauf AG auf die METRO AG festgesetzten Umtauschverhältnisse werden auf Antrag ehemaliger Aktionäre in Spruchverfahren gerichtlich überprüft. Die Antragsteller behaupten, dass das jeweilige Umtauschverhältnis der Anteile zu ihren Lasten zu niedrig bemessen worden sei.

Diese beiden Spruchverfahren sind bei den Landgerichten Saarbrücken und Frankfurt am Main anhängig.

Beschlüsse der Hauptversammlung vom 22. Mai 2003

Gegen nachfolgende Beschlüsse der Hauptversammlung der METRO AG vom 22. Mai 2003 ist Anfechtungs- und Nichtigkeitsklage beim Landgericht Düsseldorf, Kammer für Handelssachen (Geschäftsnummer 41 O 122/03), mit den Anträgen erhoben worden, diese für nichtig zu erklären:

1. den Beschluss zu Tagesordnungspunkt 3, mit dem die Hauptversammlung dem Vorstand Entlastung erteilt hat, und
2. den Beschluss zu Tagesordnungspunkt 5, mit dem die Hauptversammlung die FASSELT & PARTNER Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Duisburg, zum Abschlussprüfer der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2003 gewählt hat.

Mit Urteil vom 28. September 2005 hat die 11. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf den Beschluss zu Tagesordnungspunkt 5, mit dem die Hauptversammlung die FASSELT & PARTNER Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Duisburg, zum Abschlussprüfer der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2003 gewählt hat, für nichtig erklärt.

Den Klageantrag hinsichtlich des Beschlusses zu Tagesordnungspunkt 3, mit dem die Hauptversammlung dem Vorstand Entlastung erteilt hat, hat die Kammer abgewiesen.

Gegen das Urteil haben der Kläger und die Gesellschaft Berufung eingelegt, sodass das landgerichtliche Urteil nicht rechtskräftig geworden ist und die angefochtenen Beschlüsse weiterhin wirksam sind. Das Berufungsverfahren ist vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf (I-6 U 241/05) anhängig. Eine mündliche Verhandlung hat noch nicht stattgefunden.

42. Anteilsbesitz

Die Aufstellung des Anteilsbesitzes der METRO AG gemäß § 313 HGB wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Düsseldorf (HRB 39473) hinterlegt. Sie kann darüber hinaus bei der METRO AG angefordert werden.

43. Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres

Im Februar 2006 ist in Westeuropa einschließlich Deutschland erstmals der so genannte Vogelgrippe-Virus aufgetreten. Trotz umfangreicher Schutzmaßnahmen, die in zahlreichen Ländern ergriffen wurden, kann derzeit nicht ausgeschlossen werden, dass sich der auch für den Menschen gefährliche Virus-Subtyp H5N1 weiter ausbreitet.

Die METRO Group hat bereits nach erstmaligem Auftreten der Vogelgrippe in Asien im Jahr 2003 umfangreiche Maßnahmen zur zusätzlichen Qualitätssicherung beim Einkauf von Geflügelprodukten ergriffen. Das Unternehmen bezieht seine Lebensmittel ausschließlich von Herstellern, die unter ständiger Veterinär-

kontrolle stehen, sowie von Lieferanten, die ein HACCP-Zertifikat nachweisen können und die Hygienevorschriften erfüllen. Zusätzlich werden Garantien über die Sicherheit der Produkte im Hinblick auf die Vogelgrippe verlangt.

Die Auswirkungen der Vogelgrippe auf den Lebensmittelhandel sind derzeit noch nicht abzusehen. Bei einer weiteren Ausbreitung beziehungsweise bei wiederholtem Auftreten scheint eine zunehmende Verschiebung der Nachfrage von Geflügel zu anderen Produkten wahrscheinlich. Die METRO Group ist darauf vorbereitet, auf mögliche Nachfrageveränderungen flexibel zu reagieren. Ob und welche Einflüsse daraus auf das Lebensmittelgeschäft resultieren, ist derzeit jedoch noch nicht abzuschätzen.

44. Angaben zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Die METRO Group hatte in den Jahren 2005 und 2004 zu nahe stehenden Unternehmen folgende Geschäftsbeziehungen:

Mio. €	Erbrachte Leistungen		Erhaltene Leistungen	
	2005	2004	2005	2004
Lieferungen und sonstige Leistungen	8	1	170	109

Die erhaltenen Leistungen bestehen hauptsächlich in der Anmietung von Immobilien durch Gesellschaften der METRO Group. Diese Immobilien stehen im Eigentum von Unternehmen, die dem Kreis der nahe stehenden Unternehmen zuzurechnen sind.

Die erbrachten Leistungen in Geschäftsbeziehungen zu nahe stehenden Unternehmen beinhalten vor allem Leistungen von Konzernunternehmen gegenüber der Praktiker-Gruppe für den Zeitraum nach dem Börsengang. Dabei handelt es sich insbesondere um Vermietungs- und IT-Dienstleistungen.

Insgesamt haben die Gesellschaften der METRO Group Forderungen in Höhe von 9 Mio. € und Verbindlichkeiten in Höhe von 102 Mio. € gegenüber verschiedenen Gesellschaften der Praktiker-Gruppe.

Die Geschäftsbeziehungen zu nahe stehenden Unternehmen sind vertraglich vereinbart und werden zu Preisen erbracht, wie sie auch mit Dritten vereinbart würden.

45. Aktienorientierte Vergütung für Führungskräfte

Die METRO AG hat 1999 ein Programm für aktienbasierte Vergütungen eingeführt. Der bezugsberechtigte Personenkreis umfasst die Mitglieder des Vorstands und Führungskräfte der METRO AG sowie Geschäftsführungsorgane und Führungskräfte festgelegter Unternehmen der METRO Group.

Die Führungskräfte der METRO AG und der Querschnittsgesellschaften haben in der Vergangenheit Optionen aus einem **Aktienoptionsprogramm** (Stock Option Program) erhalten. Die Führungskräfte der Vertriebslinien erhielten so genannte **Wertzuwachsrechte** (Stock Appreciation Rights), die bei Ausübung zu einer Barvergütung führen.

Mit den Aktienoptionen erhielten die Teilnehmer am Programm das Recht, Stammaktien der METRO AG zu einem vorher bestimmten Basispreis über einen definierten Zeitraum hinweg zu erwerben. Die Ausübungsbedingungen für die eingeräumten Bezugsrechte sahen vor, dass anstelle der Gewährung neuer Stammaktien an die Berechtigten bei Ausübung der Bezugsrechte ein Barausgleich in Höhe des Differenzbetrags zwischen dem Basispreis und dem maßgeblichen Schlusskurs der Metro-Aktie bei Ausübung des Bezugsrechts geleistet werden kann. Von dieser Möglichkeit wurde hinsichtlich aller Bezugsberechtigten und für alle ausgegebenen Bezugsrechte Gebrauch gemacht.

Die Bewegungen der gehaltenen Aktienoptionen und Wertzuwachsrechte stellen sich für das Geschäftsjahr 2005 wie folgt dar:

Aktienoptionen/Wertzuwachsrechte¹

	2005		2004	
	Aktienoptionen Stück	Wertzuwachsrechte Stück	Aktienoptionen Stück	Wertzuwachsrechte Stück
Ausstehend zum 1.1.	1.476.693	3.155.760	1.957.863	3.835.525
Ausgegeben	0	0	0	0
Ausgeübt	575.503	1.058.365	0	0
Verfallen/verwirkt	393.770	637.275	481.170	679.765
Ausstehend zum 31.12.	507.420	1.460.120	1.476.693	3.155.760

¹Exklusive der in 2003 gewährten Aktienprämien in Höhe von 1.247.550 € (Zielprämien) für die Mitglieder des Vorstands

Die auf eine Laufzeit von zirka einem Jahr begrenzten Ausübungsrechte können nach einer Sperrfrist von drei Jahren wahrgenommen werden. Dabei ist die Ausübung der Rechte an die Bedingung geknüpft, dass der Aktienkurs der METRO AG nach Ablauf der Sperrfrist an den letzten 20 Börsenhandelstagen vor der Ausübung mindestens 30 Prozent über dem Basispreis liegt (Ausübungshürde).

Die Bedingungen der bisher ausgegebenen Tranchen können im Einzelnen der folgenden Tabelle entnommen werden:

Tranche	Verfalltermine	Basispreis €	Ausübungshürde €	Aktienoptionen		Wertzuwachsrechte	
				31.12.2005 Stückzahl ausstehend	31.12.2004 Stückzahl ausstehend	31.12.2005 Stückzahl ausstehend	31.12.2004 Stückzahl ausstehend
2001	8 Wochen nach HV in 2005	43,72	56,84	0	380.010	0	626.225
2002	8 Wochen nach HV in 2006	28,73	37,35	23.920	604.783	77.170	1.135.535
2003	8 Wochen nach HV in 2007	26,99	35,09	483.500	491.900	1.382.950	1.394.000
				507.420	1.476.693	1.460.120	3.155.760

Im Berichtsjahr wurden aus der Tranche 2002 575.503 Aktienoptionen und 1.058.365 Wertzuwachsrechte ausgeübt. Der durchschnittliche Ausübungspreis je Recht betrug 40,89 €. 5.360 Aktienoptionen sind verwirkt und die vertragliche Restlaufzeit der noch ausübbareren Rechte aus der Tranche 2002 beträgt 6,5 Monate (13.7.2006).

Aus der Tranche 2003 sind in 2005 8.400 Aktienoptionen und 11.050 Wertzuwachsrechte verwirkt. Die vertragliche Restlaufzeit der noch ausübbareren Rechte aus der Tranche 2003 beträgt 19 Monate (18.7.2007).

Im Geschäftsjahr 2004 wurde anstelle des bisherigen Aktienoptionsprogramms ein auf fünf Jahre angelegtes **Aktienprämienprogramm** eingeführt. Im Unterschied zu der bisherigen Gewährung von Bezugsrechten sieht dieses Programm die Zusage von auszahlbaren Aktienprämien vor. Die Höhe der Geldprämie orientiert sich an der Kursentwicklung der Metro-Aktie unter Berücksichtigung von Vergleichsindices.

Das gesamte Aktienprämienprogramm ist in jährlich gewährte Tranchen aufgeteilt, wobei die Zielparame-ter jeweils für jede Tranche separat errechnet werden. Die Laufzeit jeder Tranche beträgt drei Jahre. Die letzte Tranche wird im Jahr 2008 gewährt werden.

Die Höhe der Prämie bestimmt sich zunächst anhand des Verhältnisses zwischen Ausgangskurs und Zielaktienkurs.

Der Ausgangskurs je Tranche entspricht dem arithmetischen Durchschnitt der Schlusskurse der Stammaktie der METRO AG im Xetra-Handel der Deutschen Börse AG in Frankfurt am Main an den 20 letzten aufeinander folgenden Börsenhandelstagen vor dem Stichtag (acht Wochen nach der jeweiligen Hauptversammlung).

Der Zielaktienkurs, bei dessen Erreichen die volle Prämie gewährt wird, errechnet sich auf Basis des Ausgangskurses, wobei eine Kurssteigerung von 15 Prozent in einem Zeitraum von drei Jahren zu Grunde gelegt wird. Ob der Zielaktienkurs erreicht wurde, wird anhand des arithmetischen Durchschnitts der Schlusskurse der Stammaktie der Gesellschaft im Xetra-Handel an den letzten 20 aufeinander folgenden Börsenhandelstagen vor Ablauf des jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraums ermittelt. Im Fall des Über- beziehungsweise Unterschreitens der 15-prozentigen Kurssteigerung wird die Prämie proportional erhöht beziehungsweise verringert.

Die Höhe der jeweiligen Prämie hängt daneben auch von der Performance der Metro-Aktie im Vergleich zu maßgeblichen deutschen und europäischen Sektorindices ab. Bei Outperformance der Metro-Aktie wird die Aktienprämie auf 120 Prozent erhöht, bei Underperformance auf 80 Prozent verringert. Out-/Underperformance liegt bei einer durchschnittlichen Über-/Unterschreitung der Kursentwicklung der Metro-Aktie gegenüber dem vorgenannten Mittelwert von mehr als 10 Prozent vor. Die Feststellung, ob Out-/Underperformance vorliegt, erfolgt wie bei der Feststellung, ob der Zielkurs erreicht ist.

Die Aktienprämie wird nur gewährt, wenn zum Zeitpunkt der Fälligkeit das Anstellungsverhältnis innerhalb der METRO Group weder gekündigt ist noch eine einvernehmliche Vertragsbeendigung vereinbart wurde. Die Auszahlung der Aktienprämien ist ferner auf die Höhe des Festgehalts begrenzt. Ein eventuell darüber hinausgehender Betrag wird innerhalb der folgenden drei Jahre zur Erhöhung der Aktienprämie genutzt, sofern diese unter den Zielprämien liegen sollten.

Die Bedingungen der den Führungskräften bisher gewährten Tranchen können im Einzelnen der folgenden Tabelle entnommen werden:

Aktienprämie

Tranche	Ende der Laufzeit	Ausgangskurs	Zielaktienkurs	Zielprämien gesamt
2004	Juli 2007	37,14 €	42,71 €	23.030.000 €
2005	Juli 2008	41,60 €	47,84 €	25.225.000 €

Die Wertangaben zu den Zielprämien setzen die Erreichung der Zielaktienkurse voraus. Der Wert der in 2005 gewährten Aktienprämien betrug zum Zeitpunkt der Gewährung 17.348.000 € und wurde durch externe Gutachter nach dem Monte Carlo Verfahren ermittelt.

46. Vorstand und Aufsichtsrat

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder

Vergütung im Geschäftsjahr 2005

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands beläuft sich im Geschäftsjahr 2005 auf 8,5 Mio. € (Vorjahr 10,2 Mio. €).

Davon entfallen 3,2 Mio. € auf die feste Vergütung, 4,3 Mio. € auf die variable, erfolgsbezogene Vergütung und 0,9 Mio. € auf die im Geschäftsjahr 2005 gewährten Ansprüche auf Aktienprämien (variable Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung). 85 Tsd. € entfallen auf sonstige Vergütungen (Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung und geldwerte Vorteile aus der Bereitstellung von Dienstwagen). Individuell ergeben sich folgende Werte:

Tsd. €	Festgehalt	Variable, erfolgsbezogene Vergütung	In 2005 gewährte Ansprüche auf Aktienprämien	Sonstige Vergütungen	Gesamt
Dr. Hans-Joachim Körber	1.000	1.684	272	21	2.977
Zygmunt Mierdorf	800	1.123	225	22	2.170
Stefan Feuerstein	800	602	225	22	1.649
Thomas Unger	600	842	225	20	1.687
Gesamt	3.200	4.251	947	85	8.483

Die Höhe der variablen, erfolgsbezogenen Vergütung ergibt sich zum überwiegenden Teil aus EVA-basierten Vergütungsansprüchen, deren vollständige Auszahlung aufgrund der Bonusbanksystematik von den EVA-Faktoren in den kommenden Jahren abhängig ist. Ansprüche auf Aktienprämien sind mit dem beizulegenden Zeitwert zum Zeitpunkt ihrer Gewährung angegeben. Die Auszahlung der Prämien hängt von den beschriebenen Bedingungen des Aktienprämienplans ab.

Für Rechte aus Vergütungskomponenten mit langfristiger Anreizwirkung hat die Gesellschaft Sicherungsgeschäfte abgeschlossen.

Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit

Frühere Mitglieder der Vorstände der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie deren Hinterbliebene erhielten 3.581 Tsd. €; für diesen Personenkreis bestehen Pensionsrückstellungen in Höhe von 40.889 Tsd. € bei der METRO AG.

Für aktive Mitglieder des Vorstands der METRO AG wurden in Erfüllung von in der Vergangenheit zugesagten Regelungen 2,3 Mio. € aufgewendet. Neuzusagen auf Versorgungsleistungen wurden nicht mehr gegeben.

Die Vergütung des Aufsichtsrats

Die Gesamtvergütung sämtlicher Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2005 beträgt 1,6 Mio. € netto. Davon entfallen 0,9 Mio. € auf die feste Vergütung und 0,7 Mio. € auf die erfolgsabhängige Vergütung, die nach Ablauf der Hauptversammlung der METRO AG am 18. Mai 2006 fällig wird.

Individuell ergeben sich für das Geschäftsjahr 2005 folgende Werte:

€	Feste Vergütung	Erfolgsabhängige Vergütung
Prof. Dr. Theo Siegert, Vorsitzender (bis Februar 2006)	105.000	83.784
Dr. Eckhard Cordes, Vorsitzender (ab Februar 2006)	0	0
Klaus Bruns, stellv. Vorsitzender	70.000	55.856
Dr. Wulf H. Bernotat	35.000	27.928
Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Brockhoff	35.000	27.928
Volker Claus (bis August 2005)	35.000	27.928
Ulrich Dalibor	52.500	41.892
Prof. Dr. Dr. h. c. Erich Greipl	39.375	31.419
Marliese Grewenig (bis November 2005)	32.083	25.601
Jürgen Hennig	35.000	27.928
Anja Kiehne-Neuberg	49.583	39.565
Werner Klockhaus	52.500	41.892

€	Feste Vergütung	Erfolgsabhängige Vergütung
Peter Küpfer (ab September 2005)	11.667	9.309
Rainer Kuschewski (ab Januar 2005)	35.000	27.928
Dr. Klaus Mangold	35.000	27.928
Marianne Meister	35.000	27.928
Dr. rer. pol. Klaus von Menges	35.000	27.928
Dr. e. h. Dipl.-Ing. Bernd Pischetsrieder	35.000	27.928
Sylvia Raddatz	35.000	27.928
Renate Rohde-Werner	35.000	27.928
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler	52.500	41.892
Dr. Manfred Schneider	52.500	41.892
Peter Stieger (ab Januar 2006)	0	0
Gesamt	902.708	720.310

Für Aufsichtsratsmandate (und in einem Fall für ein Beiratsmandat) bei Konzerngesellschaften wurden den Mitgliedern des Aufsichtsrats der METRO AG durch die Konzerngesellschaften für das Geschäftsjahr 2005 Vergütungen in Höhe von 40.234 € netto gewährt. Auf die einzelnen Mitglieder des Aufsichtsrats der METRO AG entfallen die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Beträge.

Konzerninterne weitere Vergütungen:

€	2005
Marliese Grewenig (bis 24.11.2005)	6.895
Rainer Kuschewski	6.136
Marianne Meister	9.000
Sylvia Raddatz	9.000
Peter Stieger	9.203
Gesamt	40.234

In den Angaben nicht enthalten sind Vergütungsansprüche eines Aufsichtsratsmitglieds aus konzerninternen Aufsichtsratsmandaten, auf deren Auszahlung durch das Mitglied verzichtet wurde.

Zusätzliche Vergütungen einer Konzerngesellschaft sind von einer dem Testat dieses Anhangs nachfolgenden Beschlussfassung ihres Aufsichtsrats abhängig. Diese Vergütungen werden im Corporate Governance Bericht angegeben, der im Geschäftsbericht 2005 der METRO Group enthalten ist.

Darüber hinaus wurden den Mitgliedern des Aufsichtsrats von anderen Gesellschaften der METRO Group keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, im Sinne von Ziffer 5.4.7 Deutscher Corporate Governance Kodex gewährt.

47. Angaben zum Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Besitz von Aktien oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente eines einzelnen Aufsichtsrats- oder Vorstandsmitglieds zum 31.12.2005 war weder direkt noch indirekt größer als ein Prozent der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien. Auch der Gesamtbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder lag zum Stichtag unter einem Prozent.

48. Aufwendungen für Honorare des Abschlussprüfers

Das gesamte als Aufwand erfasste Honorar des Abschlussprüfers der METRO Group beträgt für:

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und mit ihr verbundene Unternehmen:

Mio. €	2005
Abschlussprüfung	5
Sonstige Bestätigungs- oder Bewertungsleistungen	1
Steuerberatungsleistungen	1
Sonstige Leistungen	1
Gesamt	8

PKF FASSELT & PARTNER Wirtschaftsprüfungsgesellschaft:

Mio. €	2005
Abschlussprüfung	2
Sonstige Bestätigungs- oder Bewertungsleistungen	1
Steuerberatungsleistungen	0
Sonstige Leistungen	1
Gesamt	4

Es wurden ausschließlich Leistungen erbracht, die mit der Tätigkeit als Abschlussprüfer des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses der METRO AG vereinbar sind.

49. Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben im Dezember 2005 ihre Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG abgegeben und auf der Homepage der METRO AG im Internet (www.metrogroup.de) dauerhaft zugänglich gemacht.

50. Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 bzw. 264 b HGB

Nachfolgende inländische Tochtergesellschaften in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft bzw. Personhandelsgesellschaft werden die Befreiungsvorschriften gemäß § 264 Abs. 3 und § 264 b HGB nutzen und deshalb auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen 2005 verzichten sowie überwiegend auch auf die Erstellung des (HGB-)Anhangs und Lageberichts.

a) Operative Gesellschaften und Serviceeinheiten

1. Schaper Objekt GmbH & Co. Wächtersbach KG	Düsseldorf
2. Schaper Objekt GmbH & Co. Memmingen KG	Düsseldorf
A LA CARTE Warenvertriebsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Allkauf Konzern Verwaltungs GmbH	Alzey
Allkauf SB-Warenhaus GmbH & Co. KG	Alzey
Allkauf Vermietungs- und Verwaltungs-GmbH	Mönchengladbach
Allkauf-Fruchtzentrale GmbH	Mönchengladbach
Axxe Reisegastronomie GmbH	Köln
C+C Schaper GmbH	Hannover
Deutsche Gesellschaft für Anlageverwaltung mbH	Düsseldorf
Dinea Gastronomie GmbH	Köln
Emotions GmbH	Köln
Extra Multi-Markt Warenvertriebs-GmbH & Co. KG	Sarstedt
Extra Verbrauchermarkt Verwaltungsgesellschaft mbH	Sarstedt
Extra Verbrauchermärkte Management GmbH	Alzey
Gemini Personal Service GmbH	Köln
Goldblume-O'LACY'S-Handels GmbH	Düsseldorf
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf
Hans Köfer GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf
Kaufhaus Kerber GmbH & Co. KG	Fulda
Kaufhof Warenhaus AG	Köln
Kaufhof Warenhaus am Hauptbahnhof Berlin GmbH	Berlin
Kaufhof Warenhaus Rostock GmbH	Rostock
Kerber Beteiligungs-GmbH	Fulda
KIM Kaufhof Innovation und Medien GmbH	Köln
LSZ Betriebsführungsgesellschaft mbH & Co. KG	Alzey
Lust for Life Gastronomie GmbH	Köln
MDH Secundus GmbH & Co. KG	Düsseldorf
MDH Secundus Vermögensverwaltung GmbH	Düsseldorf
Meister feines Fleisch – feine Wurst GmbH & Co. KG	Gäufelden-Nebringen
Metro Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Brunenthal GmbH	Berlin
Metro Cash & Carry Deutschland GmbH	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Eastern Europe GmbH	Düsseldorf
Metro Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf
Metro Cash & Carry International Holding GmbH	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Western Europe GmbH	Düsseldorf
Metro Einzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf

Metro Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Metro International Beteiligungs GmbH	Düsseldorf
Metro Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf
Metro Leasing GmbH	Saarbrücken
Metro Luxemburg Holding GmbH	Düsseldorf
Metro Online GmbH	Düsseldorf
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG Esslingen	Esslingen
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG Linden-Großen-Linden	Linden-Großen-Linden
Metro SB-Großmärkte Verwaltungsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Mülheim a. d. Ruhr
Metro Sechste Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
Metro Siebte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
MFM METRO Group Facility Management GmbH	Düsseldorf
MGA METRO Group Advertising GmbH	Düsseldorf
MGB METRO Group Buying GmbH	Düsseldorf
MGC METRO Group Clearing GmbH	Düsseldorf
MGE Warenhandels GmbH & Co. KG	Düsseldorf
MGI METRO Group Information Technology GmbH	Düsseldorf
MGL METRO Group Logistics GmbH	Düsseldorf
MGL METRO Group Logistics Warehousing GmbH & Co. KG	Sarstedt
MGL METRO Group Logistics Warehousing Management GmbH	Sarstedt
MGP METRO Group Account Processing GmbH	Kehl-Sundheim
MGS METRO Group Services Holding GmbH	Düsseldorf
MGT METRO Group Travel Services GmbH	Düsseldorf
MIB METRO Group Insurance Broker GmbH	Düsseldorf
MIP METRO Group Intellectual Property Management GmbH & Co. KG	Düsseldorf
MTT METRO Group Textiles Transport GmbH	Düsseldorf
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Hannover
Real Holding GmbH	Alzey
Real International Holding GmbH	Alzey
Real Multi-Markt Warenvertriebs-GmbH & Co. KG	Alzey
Real SB-Warenhaus GmbH	Alzey
SIG Import GmbH & Co. KG	Düsseldorf
Sportarena GmbH	Köln
Varena - Lagerhaus GmbH	Unna
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf

b) Immobiliengesellschaften

ADAGIO 2. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
ADAGIO 3. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
ADAGIO Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken

Adolf Schaper GmbH & Co. Grundbesitz KG	Saarbrücken
ANDANTE Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Langenburg
ARKON Grundbesitzverwaltung GmbH	Saarbrücken
ASH Grundstücksverwaltung XXX GmbH	Saarbrücken
Asset Grundbesitz GmbH	Köln
Asset Immobilienbeteiligungen GmbH	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Wohnanlage Frankfurt KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen II KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen, Adalbertstr. 20-30 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aschaffenburg KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bergen-Enkheim KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn, Acherstr. KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Chemnitz KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Cottbus KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Darmstadt KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Dortmund KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Düren KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Düsseldorf, Königsallee 1 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Frankfurt Hauptwache KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Frankfurt Konstablerwache KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Freiburg im Breisgau KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hamburg-Poppenbüttel, Kritenbarg 10 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hanau KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hof KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel, Obere Königstraße KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Köln, Minoritenstraße KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Köln, Schildergasse 94-96a KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Köln-Kalk, Kalker Hauptstr. 118-122 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Leipzig KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Lüdenscheid KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mainz KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt München, Marienplatz KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt München, Pelkovenstr. 155 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Nürnberg, Königsstr. 42-52 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Offenbach KG	Saarbrücken

Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Saarbrücken, Bahnhofstr. 82-92, 98-100 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Siegburg KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart, Königstr. 6 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Bad Cannstadt, Badstraße, Marktstraße 3 KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Wetzlar KG	Saarbrücken
Asset Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Würzburg KG	Saarbrücken
Bassa Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
Batra Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
BAUGRU Immobilien-Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. Grundstücksverwaltung KG	Saarbrücken
BLK Grundstücksverwaltung GmbH	Saarbrücken
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Saarbrücken
Dorina Immobilien-Vermietungsgesellschaft mbH	Köln
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	München
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Saarbrücken
GBS Vermögensverwaltung GmbH	Saarbrücken
Gewerbebau Flensburg GmbH	Flensburg
Gewerbebau Flensburg GmbH & Co. Objekt Fachmarktzentrum KG	Flensburg
GF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Mannheim
GKF Saar-Grund GbR	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 3. Objekt-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 6. Objekt-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 8. Objekt-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 10. Objekt-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 21. Objekt-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 22. Objekt-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 25. Objekt-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Gewerbegrundstücke KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Grundstücksverwaltung KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Arnsberg KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bochum Otto Straße KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bonn KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bremerhaven-Pferdebade KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brühl KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Castrop-Rauxel KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dresden-Heidenau KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Düren KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Edingen-Neckarhausen KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Finowfurt KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Saarbrücken

GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Freiburg KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Fulda KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gießen KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Neuwiedenthal KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover Fössestraße KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover/Davenstedter Straße KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Linden KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Misburg KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Ricklingen KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Südstadt KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herne KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herten KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hildesheim-Senkingstraße KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hillesheim KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kirkel KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Krefeld-Fischeln KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kulmbach KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Neuwied KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Nürnberg KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn "Südring Center" KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rastatt KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rinteln KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rüsselsheim KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Trier KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Überlingen KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wesel KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt WEZ Dortmund KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden-Nordenstadt KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs- und Handels-KG	Saarbrücken
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Saarbrücken
Horten GmbH	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Aachen KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Braunschweig KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Bremen KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Düsseldorf Berliner Allee KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Düsseldorf Carschhaus KG	Saarbrücken

Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Duisburg KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Erlangen KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Gießen KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Hamburg KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Hamm KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Heidelberg KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Heilbronn KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Hildesheim KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Ingolstadt KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Kempten KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Krefeld KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Ludwigshafen KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Moers KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Münster KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Nürnberg KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Osnabrück KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Pforzheim KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Regensburg KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Reutlingen KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Schwäbisch Gmünd KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Schweinfurt KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Stuttgart KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Trier KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Ulm KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Wiesbaden KG	Saarbrücken
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Witten KG	Saarbrücken
Immopol GmbH & Co. KG	Pöcking
Kaufhaus Suhl Verwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
Kaufhof Warenhaus am Alex GmbH	Berlin
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Saarbrücken
LSR Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Suhl
LSR Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG, Immobilien	Suhl
MEM METRO Group Energy Production & Management GmbH	Düsseldorf
METRO Group Asset Management GmbH & Co. KG	Saarbrücken
METRO Group Asset Management Services GmbH	Saarbrücken
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haibach KG	München
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Kassel oHG	München
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Saarbrücken KG	München

PIL Grundstücksverwaltung GmbH	Saarbrücken
Saalbau-Verein Ulm GmbH	Saarbrücken
Schaper Grundbesitzverwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
STW Grundstücksverwaltung GmbH	Saarbrücken
TANDOS Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH	Saarbrücken
WestBTL Handel-Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Duisburg KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kleve KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Marl KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Riesa KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schönebeck KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schwelm KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Stolberg KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Voerde und Kamen KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekte Nordhausen und Magdeburg KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs-KG	Saarbrücken
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Saarbrücken
Wolfgang Wirichs GmbH	Saarbrücken
Zentra Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Saarbrücken
Zentra-Grundstücksgesellschaft mbH	Saarbrücken

51. Übersicht der wesentlichen Konzerngesellschaften

Name	Sitz	Anteil %	Eigenkapital' Tsd. €
METRO AG	Düsseldorf		4.414.835
Metro Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf	100,00	3.404.469
Metro Einzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf	100,00	2.107.296
Cash & Carry			
Metro Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf	100,00	3.159.714
Metro Cash & Carry International Holding GmbH	Düsseldorf	100,00	3.830.060
SB-Warenhäuser			
Real Holding GmbH	Alzey	100,00	639.809
Elektrofachmärkte			
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt	75,41	255.591
Warenhäuser			
Kaufhof Warenhaus AG	Köln	100,00	168.726
Sonstige Gesellschaften			
METRO Group Asset Management GmbH & Co. KG	Saarbrücken	49,00 ²	159.594
MGB METRO Group Buying GmbH	Düsseldorf	100,00	51.223
MIAG C.V.	Diemen/NL	100,00	550.001
Dinea Gastronomie GmbH	Köln	100,00	8.238
MGL METRO Group Logistics Warehousing GmbH & Co. KG	Sarstedt	100,00	5.150
MGI METRO Group Information Technology GmbH	Düsseldorf	100,00	97.348

¹Ermittelt nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften

²Die METRO AG hält 75 Prozent der Stimmrechte

52. Organe der METRO AG und deren Mandate

Mitglieder des Aufsichtsrats

Prof. Dr. Theo Siegert (Vorsitzender)

bis 4.2.2006

Vorsitzender des Vorstands
der Franz Haniel & Cie. GmbH, bis 31.12.2005

a) Celesio AG (Vorsitzender)

ERGO Versicherungsgruppe AG

Takkt AG, seit 3.5.2005

b) Keine

Dr. Eckhard Cordes (Vorsitzender)

seit 5.2.2006, seit 20.2.2006 Vorsitzender

Vorsitzender des Vorstands

der Franz Haniel & Cie. GmbH, seit 1.1.2006

a) Rheinmetall Aktiengesellschaft

b) FIEGE Holding Stiftung & Co. KG –

Aufsichtsrat, seit 5.2.2006

Dr. Wulf H. Bernotat

Vorsitzender des Vorstands der E.ON AG

a) Allianz AG

E.ON Energie AG (Vorsitzender)

E.ON Ruhrgas AG (Vorsitzender)

RAG AG (Vorsitzender)

b) E.ON US Investments Corp., Delaware (OH), USA –

Board of Directors (Chairman)

E.ON Nordic AB, Malmö, Schweden –

Board of Directors (Chairman)

E.ON UK plc, Coventry, Großbritannien –

Board of Directors (Chairman)

E.ON Sverige AB, Malmö, Schweden (vormals

Sydskraft AB, Malmö, Schweden) –

Board of Directors (Chairman)

Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Brockhoff

Honorarprofessor für Unternehmenspolitik der

Wissenschaftlichen Hochschule für

Unternehmensführung – Otto-Beisheim-Hochschule –

a) Steuler Industrierwerke GmbH (Vorsitzender)

b) Bucerius/WHU MLB gGmbH –

Aufsichtsrat, seit Januar 2006

Norddeutsche Private Equity GmbH – Beirat

Klaus Bruns (stellv. Vorsitzender)

Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats

der Kaufhof Warenhaus AG

a) Tourismus & Marketing Oberhausen GmbH

b) Keine

Volker Claus

bis 31.8.2005

Selbstständiger Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

a) Keine

b) Gebr. Schmidt Verwaltungsgesellschaft mbH –

Beirat, bis 29.4.2005

Ulrich Dalibor

Bundesfachgruppenleiter Einzelhandel

der Gewerkschaft Ver.di

a) Kaufhof Warenhaus AG

b) Keine

Prof. Dr. Dr. h. c. Erich Greipl

Geschäftsführer der Metro

Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG

a) Duales System Deutschland AG (Vorsitzender)

Kaufhof Warenhaus AG

Metro Großhandelsgesellschaft mbH

Real Holding GmbH

b) BBE Unternehmensberatung GmbH – Verwaltungsrat

KGG Kreditgarantiegemeinschaft Handel

in Bayern GmbH – Verwaltungsrat (Vorsitzender)

Beisheim Holding Schweiz AG, Baar, Schweiz –

Verwaltungsrat (Präsident)

a) Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten bei inländischen Gesellschaften

b) Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

Marliese Grewenig

bis 24.11.2005

Vorsitzende des Konzern- und Gesamtbetriebsrats der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG

a) Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG

(stellv. Vorsitzende)

Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG

(stellv. Vorsitzende), seit 30.11.2005

b) Keine

Jürgen Hennig

Abteilungsleiter bei der Metro Großhandelsgesellschaft mbH

a) Keine

b) Keine

Anja Kiehne-Neuberg

Bereichsleiterin Personal- und Organisationsentwicklung der Kaufhof Warenhaus AG

a) Keine

b) Keine

Werner Klockhaus

Stellv. Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG

Stellv. Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der Real SB-Warenhaus GmbH

a) Keine

b) Keine

Peter Küpfer

seit 9.9.2005

Selbstständiger Unternehmensberater

a) Keine

b) Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG – Beirat, seit 7.2.2006

Bank Julius Bär & Co. AG, Zürich, Schweiz –

Verwaltungsrat (Vizepräsident)

Brändle, Missura & Partner Informatik AG,

Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat

Holcim AG, Jona, Schweiz – Verwaltungsrat

Karl Steiner AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat

LB (Swiss) Privatbank AG, Zürich, Schweiz –

Verwaltungsrat

PSW Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat

Pilatus Flugzeugwerke AG, Stans, Schweiz –

Verwaltungsrat (Präsident)

UFJ Bank (Schweiz) AG, Zürich, Schweiz –

Verwaltungsrat

Supra Holding AG, Baar, Schweiz –

Verwaltungsrat, seit 29.6.2005

Suprapart AG, Baar, Schweiz –

Verwaltungsrat, seit 29.6.2005

Valora Holding AG, Bern, Schweiz – Verwaltungsrat

Rainer Kuschewski

seit 1.1.2005

Gewerkschaftssekretär Ver.di Bundesverwaltung

a) Real Holding GmbH

b) Keine

Dr. Klaus Mangold

Executive Advisor to the Chairman of DaimlerChrysler AG

a) Jenoptik AG

Leipziger Messe GmbH

b) Rothschild GmbH – Beirat (Vorsitzender)

Chubb Corporation, Warren (NJ), USA –

Board of Directors

Magna International Inc., Toronto, Kanada –

Board of Directors

Marianne Meister

Vorsitzende des Gesamtbetriebsrats

der Metro Großhandelsgesellschaft mbH

a) Metro Großhandelsgesellschaft mbH

(stellv. Vorsitzende)

b) Keine

Dr. rer. pol. Klaus von Menges

Selbstständiger Kaufmann und Landwirt

a) DEG Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH

MAN Ferrostaal AG

b) Keine

Dr. e. h. Dipl.-Ing. Bernd Pischetsrieder

Vorsitzender des Vorstands der Volkswagen AG

- a) Audi AG (Vorsitzender)
Dresdner Bank AG
Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft
- b) Scania AB, Södertälje, Schweden –
Board of Directors (Chairman)
SEAT S.A., Barcelona, Spanien –
Consejo de Administración
Tetra-Laval Group, Pully, Schweiz –
Board of Directors

Sylvia Raddatz

Kfm. Angestellte, Real SB-Warenhaus GmbH,
Sparte Extra-Verbrauchermärkte

- a) Keine
- b) Extra Verbrauchermärkte Management GmbH –
Beirat (stellv. Vorsitzende)

Renate Rohde-Werner

Einzelhandelskauffrau, Kaufhof Warenhaus AG

- a) Keine
- b) Keine

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Vorsitzender des Aufsichtsrats der Münchener
Rückversicherungs-Gesellschaft

- a) Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG
(stellv. Vorsitzender), bis 28.11.2005
Deutsche Telekom AG
Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft (Vorsitzender)
- b) UnitCredit S.p.A., Genua, Italien –
Verwaltungsrat, seit 11.1.2006

Dr. Manfred Schneider

Vorsitzender des Aufsichtsrats der Bayer AG

- a) Allianz AG
Bayer AG (Vorsitzender)
DaimlerChrysler AG
Linde AG (Vorsitzender)
RWE AG
TUI AG
- b) Keine

Peter Stieger

seit 4.1.2006

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats
der Real SB-Warenhaus GmbH

- a) Real Holding GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Ausschüsse des Aufsichtsrats und deren Besetzung

Aufsichtsratspräsidium

Prof. Dr. Theo Siegert (Vorsitzender), bis 4.2.2006

Dr. Eckhard Cordes (Vorsitzender), seit 20.2.2006

Klaus Bruns (stellv. Vorsitzender)

Werner Klockhaus

Dr. Manfred Schneider

Personal- und Nominierungsausschuss

Prof. Dr. Theo Siegert (Vorsitzender), bis 4.2.2006

Dr. Eckhard Cordes (Vorsitzender), seit 20.2.2006

Klaus Bruns (stellv. Vorsitzender)

Werner Klockhaus

Dr. Manfred Schneider

Bilanz- und Prüfungsausschuss

Prof. Dr. Theo Siegert (Vorsitzender), bis 4.2.2006

Dr. Eckhard Cordes (Vorsitzender), seit 20.2.2006

Klaus Bruns (stellv. Vorsitzender)

Volker Claus, bis 31.8.2005

Ulrich Dalibor

Prof. Dr. Dr. h. c. Erich Greipl, seit 27.10.2005

Anja Kiehne-Neuberg, seit 17.3.2005

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Vermittlungsausschuss gem. § 27 Abs. 3 MitbestG

Prof. Dr. Theo Siegert (Vorsitzender), bis 4.2.2006

Dr. Eckhard Cordes (Vorsitzender), seit 20.2.2006

Klaus Bruns (stellv. Vorsitzender)

Prof. Dr. Dr. h. c. Erich Greipl

Werner Klockhaus

- a) Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten
bei inländischen Gesellschaften
- b) Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontroll-
gremien von Wirtschaftsunternehmen

Mitglieder des Vorstands**Dr. Hans-Joachim Körber** (Vorsitzender)

- a) Bertelsmann AG
Kaufhof Warenhaus AG (Vorsitzender)
Real Holding GmbH
- b) Loyalty Partner GmbH – Aufsichtsrat, bis 29.1.2006
LP Holding GmbH – Aufsichtsrat, seit 13.2.2006
Skandinaviska Enskilda Banken AB, Stockholm,
Schweden – Board of Directors

Stefan Feuerstein

- a) Dinea Gastronomie GmbH (Vorsitzender)
Real Holding GmbH (Vorsitzender)
- b) Extra Verbrauchermärkte Management GmbH –
Beirat (Vorsitzender)
GNX GlobalNetXchange, LLC, San Francisco (CA),
USA – Board, bis 18.10.2005
MGP METRO Group Account Processing
International AG, Baar, Schweiz (vormals Metro
SB-Handels AG, Baar, Schweiz) –
Verwaltungsrat (Präsident), bis 14.9.2005

Zygmunt Mierdorf (Arbeitsdirektor)

- a) Adler Modemärkte GmbH (Vorsitzender)
Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG
(Vorsitzender, bis 7.12.2005; seitdem einfaches Mitglied)
Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG,
seit 29.11.2005
Real Holding GmbH

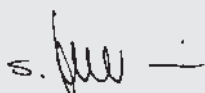
- b) METRO Group Asset Management GmbH & Co. KG –
Gesellschafterausschuss (Vorsitzender)
MGP METRO Group Account Processing
International AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat
(Präsident), seit 14.9.2005
Wagner International AG, Altstätten, Schweiz –
Verwaltungsrat
Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH –
Aufsichtsrat (Vorsitzender)


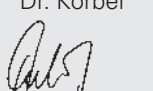
Thomas Unger


- a) Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG,
seit 28.11.2005
Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG,
seit 29.11.2005
Real Holding GmbH
- b) Assevermag AG, Baar, Schweiz –
Verwaltungsrat (Präsident)
Metro Capital B.V., Venlo, Niederlande –
Raad van Commissarissen
Metro Euro Finance B.V., Venlo, Niederlande –
Raad van Commissarissen
Metro Finance B.V., Venlo, Niederlande –
Raad van Commissarissen
Metro International AG, Baar, Schweiz –
Verwaltungsrat (Präsident)
Metro International Finance B.V., Venlo, Niederlande –
Raad van Commissarissen
Metro Reinsurance B.V., Amsterdam, Niederlande –
Raad van Commissarissen

Düsseldorf, 27. Februar 2006

DER VORSTAND


Feuerstein


Dr. Körber

Mierdorf


Unger

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der METRO AG aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2005 bis zum 31. Dezember 2005 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Duisburg, den 27. Februar 2006

Köln, den 27. Februar 2006

PKF FASSELT & PARTNER
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Kußmann
Wirtschaftsprüfer

Müller-Kemler
Wirtschaftsprüfer

Siemes
Wirtschaftsprüfer

Dr. Böttcher
Wirtschaftsprüfer

Brief an die Aktionäre
Bericht des Aufsichtsrats

Metro-Aktie

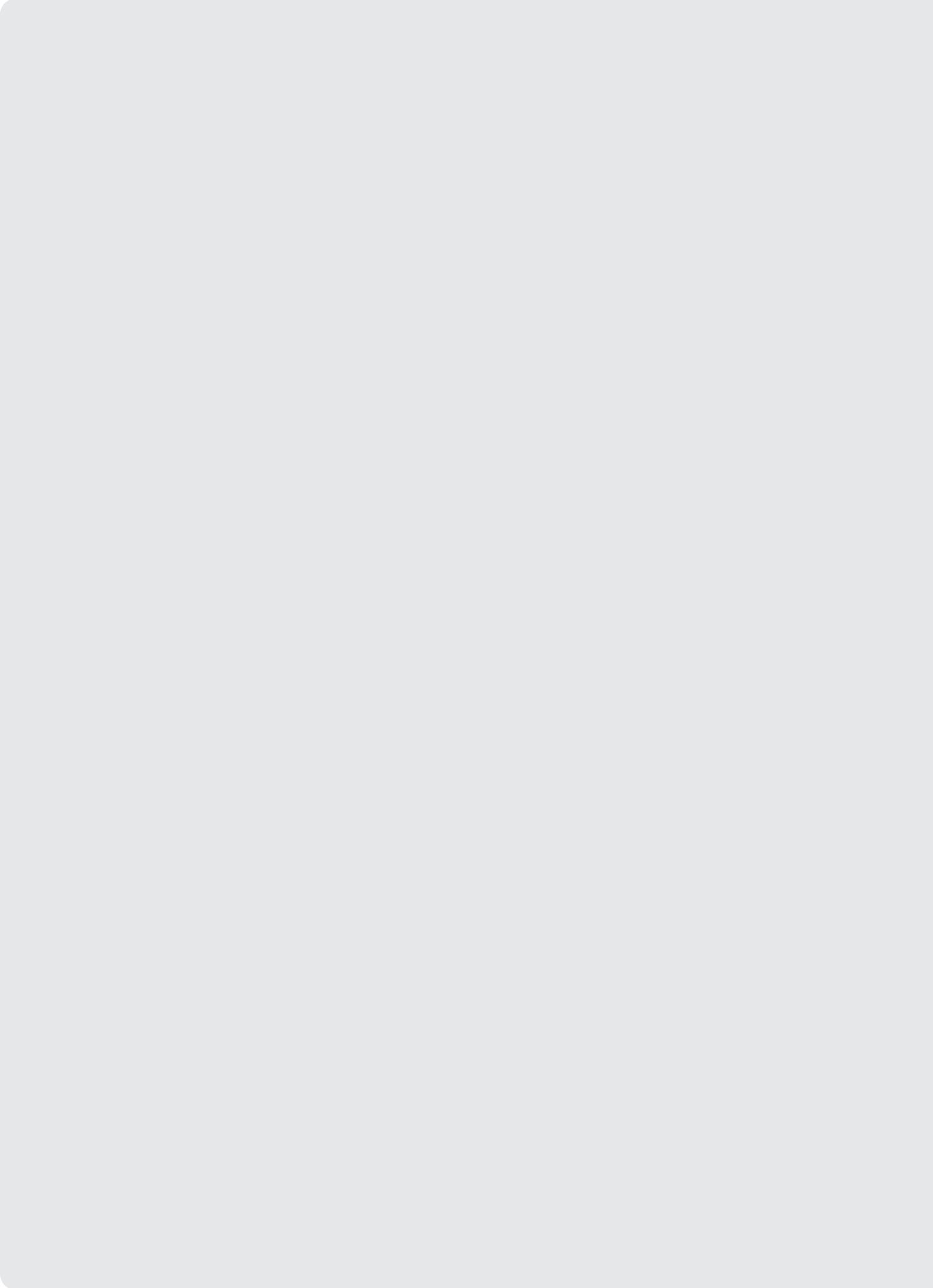
Konzernlagebericht

Metro-Vertriebsmarken

Konzernabschluss

Corporate Governance Bericht

Ergänzende Informationen



Corporate Governance Bericht

Gemäß der Empfehlung in Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex berichten Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG nachfolgend über die Corporate Governance der METRO Group:

Den Standards guter Corporate Governance wird bei der METRO Group ein hoher Stellenwert zugemessen. Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG sind den Grundsätzen einer transparenten, verantwortungsvollen und auf langfristige Wertsteigerung zielenden Unternehmensführung und -kontrolle verpflichtet. Wesentliches Element der Corporate Governance bei der METRO Group ist die klare Aufgaben- und Verantwortungsverteilung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat. Sie findet ihre Basis im deutschen Aktienrecht und wird im Corporate Governance Code der METRO AG erläutert.

Corporate Governance Code der METRO AG

Der Corporate Governance Code der METRO AG orientiert sich an den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Er wurde bereits im Jahr 2002 durch Vorstand und Aufsichtsrat beschlossen und zuletzt im März 2005 an die sich fortentwickelnden Gesetze und Standards zur Unternehmensführung und -kontrolle angepasst. Die aktuelle Fassung des Corporate Governance Codes der METRO AG ist auf der Internetseite www.metrogroup.de allgemein zugänglich. Neben einer Darstellung der Ziele und Strukturen der METRO AG und der METRO Group enthält der Code Erläuterungen zu grundlegenden Aktionärsrechten und zu den Beziehungen zu Aktionären, den Aufgaben und Pflichten von Vorstand und Aufsichtsrat sowie den Anforderungen an die Transparenz und die Rechnungslegung.

Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben im Dezember 2005 nachfolgende Erklärung gemäß § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Internetseite www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich gemacht:

Die METRO AG entspricht sämtlichen vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex in ihrer Fassung vom 2. Juni 2005.

Die METRO AG hat den Empfehlungen der Regierungskommission in der jeweils geltenden Fassung seit der letzten Entsprechenserklärung im Dezember 2004 mit nachfolgend erläuteter Ausnahme entsprochen.

Ziffer 4.2.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex enthält zur Gestaltung variabler Komponenten der Vorstandsvergütung die Empfehlung, Aktienoptionen und vergleichbare Gestaltungen auf anspruchsvolle, relevante Vergleichsparameter zu beziehen. Eine nachträgliche Änderung der Vergleichsparameter soll ausgeschlossen sein.

Eine nachträgliche Änderung war in Bezug auf den für die Mitglieder des Vorstands der METRO AG geltenden Aktienprämienplan notwendig. Die Höhe der nach diesem Plan zahlbaren Prämien ist unter anderem von der Performance der Metro-Aktie im Vergleich zum Mittelwert eines deutschen und eines europäischen Aktienindex abhängig. Der nach dem Aktienprämienplan als Vergleichsindex bisher maßgebliche europäische Sektorindex wurde eingestellt. Im deutschen Vergleichsindex war die Metro-Aktie übergewichtet. Ferner entsprach dieser Index nicht der aktuellen Kapitalmarktwahrnehmung der METRO Group als vorwiegend internationaler Handelskonzern. Das Aufsichtsratspräsidium und der Personal- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats der METRO AG haben deshalb sachgerecht neue Vergleichsindices für den Aktienprämienplan des Vorstands bestimmt.

Unsere Aktionäre

Die Aktionäre der METRO AG nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung wahr. Sie können dort ihr Stimmrecht ausüben, sei es selbst oder durch einen Stellvertreter. Um ihren Aktionären die Vertretung ihrer Interessen in der Hauptversammlung zu erleichtern, bietet die METRO AG auch die Möglichkeit, Stimmrechtsvertreter über das Internet zu bevollmächtigen und diesen auf gleichem Wege Weisungen für die Stimmrechtsausübung zu erteilen. Dokumente und Informationen zu einer jeden Hauptversammlung werden im Vorfeld auf der Internetseite der METRO Group zur Verfügung gestellt.

Hauptversammlung 2006: Neues Anmelde- und Legitimationsverfahren

Das Anmelde- und Legitimationsverfahren für die Hauptversammlungen der METRO AG ist mit Blick auf das Gesetz zur Unternehmensintegrität und Modernisierung des Anfechtungsrechts (UMAG) geändert worden. Danach ist der Beginn des einundzwanzigsten Tages vor jeder künftigen Hauptversammlung bei depotgeführten Aktien der maßgebliche Stichtag für den erforderlichen Nachweis der Berechtigung zur Teilnahme an der Hauptversammlung und zur Ausübung des Stimmrechts. Der Nachweis muss, ebenso wie die Anmeldung zur Hauptversammlung, der METRO AG oder einer der sonst in der Einladung bezeichneten Stellen spätestens am siebten Tage vor der Hauptversammlung zugehen. Die konkreten Anmelde- und Teilnahmebedingungen zu jeder Hauptversammlung werden in der jeweiligen Einladung bekannt gemacht.

Aktienorientierte Vergütung für Führungskräfte

Die METRO AG hat 1999 ein Programm für aktienbasierte Vergütungen eingeführt. Der bezugsberechtigte Personenkreis umfasst die Mitglieder des Vorstands und Führungskräfte der METRO AG sowie Geschäftsführungsorgane und Führungskräfte festgelegter Unternehmen der METRO Group.

Die Führungskräfte der METRO AG und der Querschnittsgesellschaften haben in der Vergangenheit Optionen aus einem **Aktionsoptionsprogramm** (Stock Option Program) erhalten. Die Führungskräfte der Vertriebslinien erhielten so genannte **Wertzuwachsrechte** (Stock Appreciation Rights), die bei Ausübung zu einer Barvergütung führen.

Mit den Aktienoptionen erhielten die Teilnehmer am Programm das Recht, Stammaktien der METRO AG zu einem vorher bestimmten Basispreis über einen definierten Zeitraum hinweg zu erwerben. Die Ausübungsbedingungen für die eingeräumten Bezugsrechte sahen vor, dass anstelle der Gewährung neuer Stammaktien an die Berechtigten bei Ausübung der Bezugsrechte ein Barausgleich in Höhe des Differenzbetrags zwischen dem Basispreis und dem maßgeblichen Schlusskurs der Metro-Aktie bei Ausübung des Bezugsrechts geleistet werden kann. Von dieser Möglichkeit wurde hinsichtlich aller Bezugsberechtigten und für alle ausgegebenen Bezugsrechte Gebrauch gemacht.

Die Bewegungen der gehaltenen Aktienoptionen und Wertzuwachsrechte stellen sich für das Geschäftsjahr 2005 wie folgt dar:

Aktienoptionen/Wertzuwachsrechte¹

	2005		2004	
	Aktienoptionen Stück	Wertzuwachsrechte Stück	Aktienoptionen Stück	Wertzuwachsrechte Stück
Ausstehend zum 1.1.	1.476.693	3.155.760	1.957.863	3.835.525
Ausgegeben	0	0	0	0
Ausgeübt	575.503	1.058.365	0	0
Verfallen/verwirkt	393.770	637.275	481.170	679.765
Ausstehend zum 31.12.	507.420	1.460.120	1.476.693	3.155.760

¹Exklusive der in 2003 gewährten Aktienprämien in Höhe von 1.247.550 € (Zielprämien) für die Mitglieder des Vorstands

Die auf eine Laufzeit von zirka einem Jahr begrenzten Ausübungsrechte können nach einer Sperrfrist von drei Jahren wahrgenommen werden. Dabei ist die Ausübung der Rechte an die Bedingung geknüpft, dass der Aktienkurs der METRO AG nach Ablauf der Sperrfrist an den letzten 20 Börsenhandelstagen vor der Ausübung mindestens 30 Prozent über dem Basispreis liegt (Ausübungshürde).

Die Bedingungen der bisher ausgegebenen Tranchen können im Einzelnen der folgenden Tabelle entnommen werden:

Tranche	Verfalltermine	Basispreis €	Ausübungshürde €	Aktienoptionen		Wertzuwachsrechte	
				31.12.2005 Stückzahl ausstehend	31.12.2004 Stückzahl ausstehend	31.12.2005 Stückzahl ausstehend	31.12.2004 Stückzahl ausstehend
2001	8 Wochen nach HV in 2005	43,72	56,84	0	380.010	0	626.225
2002	8 Wochen nach HV in 2006	28,73	37,35	23.920	604.783	77.170	1.135.535
2003	8 Wochen nach HV in 2007	26,99	35,09	483.500	491.900	1.382.950	1.394.000
				507.420	1.476.693	1.460.120	3.155.760

Im Berichtsjahr wurden aus der Tranche 2002 575.503 Aktienoptionen und 1.058.365 Wertzuwachsrechte ausgeübt. Der durchschnittliche Ausübungspreis je Recht betrug 40,89 €. 5.360 Aktienoptionen sind verwirkt und die vertragliche Restlaufzeit der noch ausübenden Rechte aus der Tranche 2002 beträgt 6,5 Monate (13.7.2006).

Aus der Tranche 2003 sind in 2005 8.400 Aktienoptionen und 11.050 Wertzuwachsrechte verwirkt. Die vertragliche Restlaufzeit der noch ausübenden Rechte aus der Tranche 2003 beträgt 19 Monate (18.7.2007).

Im Geschäftsjahr 2004 wurde anstelle des bisherigen Aktienoptionsprogramms ein auf fünf Jahre angelegtes **Aktienprämienprogramm** eingeführt. Im Unterschied zu der bisherigen Gewährung von Bezugsrechten sieht dieses Programm die Zusage von auszahlbaren Aktienprämien vor. Die Höhe der Geldprämie orientiert sich an der Kursentwicklung der Metro-Aktie unter Berücksichtigung von Vergleichsindices.

Das gesamte Aktienprämienprogramm ist in jährlich gewährte Tranchen aufgeteilt, wobei die Zielparameter jeweils für jede Tranche separat errechnet werden. Die Laufzeit jeder Tranche beträgt drei Jahre. Die letzte Tranche wird im Jahr 2008 gewährt werden.

Die Höhe der Prämie bestimmt sich zunächst anhand des Verhältnisses zwischen Ausgangskurs und Zielaktienkurs.

Der Ausgangskurs je Tranche entspricht dem arithmetischen Durchschnitt der Schlusskurse der Stammaktie der METRO AG im Xetra-Handel der Deutschen Börse AG in Frankfurt am Main an den 20 letzten aufeinander folgenden Börsenhandelstagen vor dem Stichtag (acht Wochen nach der jeweiligen Hauptversammlung).

Der Zielaktienkurs, bei dessen Erreichen die volle Prämie gewährt wird, errechnet sich auf Basis des Ausgangskurses, wobei eine Kurssteigerung von 15 Prozent in einem Zeitraum von drei Jahren zu Grunde gelegt wird. Ob der Zielaktienkurs erreicht wurde, wird anhand des arithmetischen Durchschnitts der Schlusskurse der Stammaktie der Gesellschaft im Xetra-Handel an den letzten 20 aufeinander folgenden Börsenhandelstagen vor Ablauf des jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraums ermittelt. Im Fall des

Über- beziehungsweise Unterschreitens der 15-prozentigen Kurssteigerung wird die Prämie proportional erhöht beziehungsweise verringert.

Die Höhe der jeweiligen Prämie hängt daneben auch von der Performance der Metro-Aktie im Vergleich zu maßgeblichen deutschen und europäischen Sektorindices ab. Bei Outperformance der Metro-Aktie wird die Aktienprämie auf 120 Prozent erhöht, bei Underperformance auf 80 Prozent verringert. Out-/Underperformance liegt bei einer durchschnittlichen Über-/Unterschreitung der Kursentwicklung der Metro-Aktie gegenüber dem vorgenannten Mittelwert von mehr als 10 Prozent vor. Die Feststellung, ob Out-/Underperformance vorliegt, erfolgt wie bei der Feststellung, ob der Zielkurs erreicht ist.

Die Aktienprämie wird nur gewährt, wenn zum Zeitpunkt der Fälligkeit das Anstellungsverhältnis innerhalb der METRO Group weder gekündigt ist noch eine einvernehmliche Vertragsbeendigung vereinbart wurde. Die Auszahlung der Aktienprämien ist ferner auf die Höhe des Festgehalts begrenzt. Ein eventuell darüber hinausgehender Betrag wird innerhalb der folgenden drei Jahre zur Erhöhung der Aktienprämie genutzt, sofern diese unter den Zielprämien liegen sollten.

Die Bedingungen der den Führungskräften bisher gewährten Tranchen können im Einzelnen der folgenden Tabelle entnommen werden:

Aktienprämie

Tranche	Ende der Laufzeit	Ausgangskurs €	Zielaktienkurs €	Zielprämien gesamt €
2004	Juli 2007	37,14	42,71	23.030.000
2005	Juli 2008	41,60	47,84	25.225.000

Die Wertangaben zu den Zielprämien setzen die Erreichung der Zielaktienkurse voraus. Der Wert der in 2005 gewährten Aktienprämien betrug zum Zeitpunkt der Gewährung 17.348.000 € und wurde durch externe Gutachter nach dem Monte Carlo Verfahren ermittelt.

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder

Die Vergütung der Mitglieder des Vorstands ist Bestandteil eines durchgängigen Vergütungssystems für die Führungskräfte der METRO Group. Sie setzt Leistungsanreize zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts und enthält neben einer festen auch variable Komponenten. Die Gesamtbezüge und die einzelnen Vergütungskomponenten stehen in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds, seiner persönlichen Leistung, der Leistung des Gesamtvorstands und der wirtschaftlichen Lage der METRO AG.

Variable, erfolgsbezogene Vergütung

Die variable, erfolgsbezogene Vergütung der Mitglieder des Vorstands berücksichtigt im Wesentlichen die Entwicklung des Economic Value Added (EVA) sowie die Erreichung gesetzter Ziele.

Ein positiver EVA wird erreicht, wenn das Geschäftsergebnis über den für die Finanzierung des Geschäftsvermögens angesetzten Kapitalkosten liegt. Das Geschäftsergebnis ist definiert als der operative Gewinn vor Finanzierungskosten, aber nach Abzug der Ertragsteuern („NOPAT“, Net Operating Profit After Tax). Die Kapitalkosten bilden die Vergütung der Investoren für das zur Verfügung gestellte Kapital und das eingegangene Anlagerisiko ab. Die Kapitalkosten werden errechnet, indem das Geschäftsvermögen mit dem gewichteten Kapitalkostensatz („WACC“, Weighted Average Cost of Capital) multipliziert wird. Der Kapitalkostensatz der METRO Group lag im Geschäftsjahr 2005 unverändert zum Vorjahr bei 6,5 Prozent.

Entscheidend für die Beurteilung des unternehmerischen Erfolgs ist der Delta-EVA, also die Differenz des aktuellen EVA zu dem des Vorjahrs. Die Entwicklung des Delta-EVA ist auch das wesentliche Element der EVA-basierten Vergütung der Vorstandsmitglieder. Das EVA-Vergütungssystem basiert auf einem Vergleich des Delta-EVA zu einer Zielvorgabe, die vom Personal- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats unter Berücksichtigung der Erwartung des Kapitalmarkts an das Wertwachstum festgelegt wird. Wird die Zielvorgabe erreicht, gelangt ein vereinbarter Zielbonus in voller Höhe zur Ausschüttung (Bonusfaktor 1,0).

Ausgewogene Vergütungssysteme berücksichtigen nicht nur die kurzfristige, sondern auch die mittel- und langfristige Wertentwicklung des Unternehmens. Daher werden die jährlichen Bonusansprüche aus dem EVA-Vergütungssystem mit einer mittelfristig wirkenden Bonusbank kombiniert. Der errechnete Bonus eines Jahres wird auch im Falle einer Überschreitung der Zielvorgabe nur bis zur Höhe des Zielbonus ausbezahlt. Der über den Zielbonus hinausgehende Bonus wird zunächst einer Bonusbank gutgeschrieben. Vom Guthaben der Bonusbank wird – unabhängig von der Ausschüttung des Zielbonus – jedes Jahr ein festgesetzter Prozentsatz ausbezahlt, der Restbetrag wird vorgetragen. Ein negativer Bonus führt zu einer Verringerung des Bestands in der Bonusbank. Der negative Bestand der Bonusbank wird auf der Ebene der Vertriebslinien und der METRO AG bei einem Wert von -1,0 gekappt. Wird in einem der beiden oder beiden der Kappung folgenden zwei Geschäftsjahren ein Bonusfaktor von mehr als +2,0 erwirtschaftet, ist der Vergütungsanteil, der aus dem über +2,0 liegenden Bonusfaktor resultiert, mit der Kappung der Bonusbank zu verrechnen. Die Bonusbank dient damit der Glättung der Boni und soll langfristig wertschaffendes Entscheidungsverhalten fördern.

Die Bedingungen der EVA-basierten Vorstandsvergütung, insbesondere die Zielvorgaben für die Entwicklung des Delta-EVA, die Zielboni und das Bonusbanksystem, werden durch den Personal- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats der METRO AG festgelegt. Die Bedingungen gelten durch Beschluss des Vorstands in gleicher Weise für die Führungskräfte der METRO Group. Die systemkonforme EVA-Ermittlung und Berechnung des EVA-basierten variablen Anteils der Vergütung der Vorstandsmitglieder wird durch den Personal- und Nominierungsausschuss überwacht.

Aktienbasierte Vergütungen mit langfristiger Anreizwirkung

Als weitere variable Komponente gehören das 1999 von der Hauptversammlung beschlossene Aktienoptionsprogramm und das im Geschäftsjahr 2004 eingeführte Aktienprämienprogramm zu den Leistungsvergütungen der Vorstandsmitglieder. Beide Programme sind auf die Kursentwicklung der Aktie der METRO AG und auf die Nachhaltigkeit des Erfolgs der METRO Group ausgerichtet und beziehen sich auf anspruchsvolle, relevante Vergleichsparameter. Der tatsächliche Zufluss solcher Leistungsvergütungen hängt von der Erfüllung aller Voraussetzungen des jeweiligen Programms ab.

Die Bedingungen des Aktienoptionsprogramms sind im Einzelnen im voranstehenden Abschnitt „Aktienorientierte Vergütung für Führungskräfte“ dargestellt. Aus dem Aktienoptionsprogramm erhielten die Mitglieder des Vorstands Aktienoptionen in den Geschäftsjahren 1999 bis 2002. Die Tranche des Jahres 2002 konnte im Geschäftsjahr 2005 ausgeübt werden. Der Personal- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats hat beschlossen, dass an die berechtigten Mitglieder des Vorstands bei Ausübung von Bezugsrechten anstelle der Gewährung von Aktien ein Ausgleich in Geld geleistet wird (Barausgleich).

Im Geschäftsjahr 2003 wurden den Mitgliedern des Vorstands Zusagen auf Aktienprämien gewährt. Hieraus sind im Geschäftsjahr 2005 keine Zahlungen fällig geworden. Nähere Angaben zu den gewährten Aktienoptionen und der Aktienprämie sind in den Geschäftsberichten der Vorjahre enthalten.

Im Geschäftsjahr 2004 haben das Aufsichtsratspräsidium und der Personal- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats der METRO AG für die Mitglieder des Vorstands einen Aktienprämienplan beschlossen, der dem oben beschriebenen Aktienprämienprogramm für die Führungskräfte der METRO Group entspricht. In Abweichung zum Aktienprämienprogramm für die Führungskräfte werden die Zielprämien für die Mitglieder des Vorstands jährlich durch das Aufsichtsratspräsidium und den Personal- und Nominierungsausschuss beschlossen. Ferner kann die Prämie durch Beschluss des Personal- und Nominierungsausschusses begrenzt werden.

Vergütung im Geschäftsjahr 2005

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands beläuft sich im Geschäftsjahr 2005 auf 8,5 Mio. € (Vorjahr 10,2 Mio. €).

Davon entfallen 3,2 Mio. € auf die feste Vergütung, 4,3 Mio. € auf die variable, erfolgsbezogene Vergütung und 0,9 Mio. € auf die im Geschäftsjahr 2005 gewährten Ansprüche auf Aktienprämien (variable Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung). 85 Tsd. € entfallen auf sonstige Vergütungen (Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung und geldwerte Vorteile aus der Bereitstellung von Dienstwagen).

Individuell ergeben sich folgende Werte:

Tsd. €	Festgehalt	Variable, erfolgsbezogene Vergütung	In 2005 gewährte Ansprüche auf Aktienprämien	Sonstige Vergütungen	Gesamt
Dr. Hans-Joachim Körber	1.000	1.684	272	21	2.977
Zygmunt Mierdorf	800	1.123	225	22	2.170
Stefan Feuerstein	800	602	225	22	1.649
Thomas Unger	600	842	225	20	1.687
Gesamt	3.200	4.251	947	85	8.483

Die Höhe der variablen, erfolgsbezogenen Vergütung ergibt sich zum überwiegenden Teil aus EVA-basierten Vergütungsansprüchen, deren vollständige Auszahlung aufgrund der Bonusbanksystematik von den EVA-Faktoren in den kommenden Jahren abhängig ist. Ansprüche auf Aktienprämien sind mit dem beizulegenden Zeitwert zum Zeitpunkt ihrer Gewährung angegeben. Die Auszahlung der Prämien hängt von den beschriebenen Bedingungen des Aktienprämienplans ab.

Für Rechte aus Vergütungskomponenten mit langfristiger Anreizwirkung hat die Gesellschaft Sicherungsgeschäfte abgeschlossen.

Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit

Frühere Mitglieder der Vorstände der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie deren Hinterbliebene erhielten 3.581 Tsd. €; für diesen Personenkreis bestehen Pensionsrückstellungen in Höhe von 40.889 Tsd. € bei der METRO AG.

Für aktive Mitglieder des Vorstands der METRO AG wurden in Erfüllung von in der Vergangenheit zugesagten Regelungen 2,3 Mio. € aufgewendet. Neuzusagen auf Versorgungsleistungen wurden nicht mehr gegeben.

Die Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats der METRO AG ist in § 13 der Satzung der METRO AG geregelt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats der METRO AG erhalten neben dem Ersatz ihrer baren Auslagen eine feste und eine erfolgsabhängige Vergütung. Die feste Vergütung beträgt 35.000 € je Mitglied. Die erfolgsabhängige Vergütung knüpft an das Ergebnis vor Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter im Konzernabschluss der METRO AG (EBT) als Bemessungsgrundlage an. Je 25 Mio. € EBT, das im Durchschnitt des Geschäftsjahres 2005 und der zwei diesem vorangegangenen Geschäftsjahre ein EBT (vor planmäßiger

Firmenwertabschreibung) von 100 Mio. € übersteigt, erhält jedes Mitglied des Aufsichtsrats eine Vergütung von 600 €.

Die Gesamtvergütung sämtlicher Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2005 beträgt 1,6 Mio. € netto. Davon entfallen 0,9 Mio. € auf die feste Vergütung und 0,7 Mio. € auf die erfolgsabhängige Vergütung, die nach Ablauf der Hauptversammlung der METRO AG am 18. Mai 2006 fällig wird.

Die individuelle Höhe der festen und erfolgsabhängigen Aufsichtsratsvergütung berücksichtigt den Arbeitsaufwand und die Verantwortung der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder aufgrund besonderer Aufgaben. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Dreifache, sein Stellvertreter und die Vorsitzenden der Ausschüsse erhalten je das Doppelte und die sonstigen Mitglieder der Ausschüsse je das Eineinhalbfache der Vergütungen eines einfachen Mitglieds des Aufsichtsrats. Wenn ein Mitglied des Aufsichtsrats zur gleichen Zeit mehrere Ämter innehat, erhält es die Vergütung nur für ein Amt, bei unterschiedlicher Vergütung für das am höchsten vergütete Amt.

Individuell ergeben sich für das Geschäftsjahr 2005 folgende Werte:

€	Feste Vergütung	Erfolgsabhängige Vergütung
Prof. Dr. Theo Siegert, Vorsitzender (bis Februar 2006)	105.000	83.784
Dr. Eckhard Cordes, Vorsitzender (ab Februar 2006)	0	0
Klaus Bruns, stellv. Vorsitzender	70.000	55.856
Dr. Wulf H. Bernotat	35.000	27.928
Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Brockhoff	35.000	27.928
Volker Claus (bis August 2005)	35.000	27.928
Ulrich Dalibor	52.500	41.892
Prof. Dr. Dr. h. c. Erich Greipl	39.375	31.419
Marliese Grewenig (bis November 2005)	32.083	25.601
Jürgen Hennig	35.000	27.928
Anja Kiehne-Neuberg	49.583	39.565
Werner Klockhaus	52.500	41.892
Peter Küpfer (ab September 2005)	11.667	9.309
Rainer Kuschewski (ab Januar 2005)	35.000	27.928
Dr. Klaus Mangold	35.000	27.928
Marianne Meister	35.000	27.928
Dr. rer. pol. Klaus von Menges	35.000	27.928
Dr.-Ing. e. h. Dipl.-Ing. Bernd Pischetsrieder	35.000	27.928
Sylvia Raddatz	35.000	27.928
Renate Rohde-Werner	35.000	27.928
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler	52.500	41.892
Dr. Manfred Schneider	52.500	41.892
Peter Stieger (ab Januar 2006)	0	0
Gesamt	902.708	720.310

Für Aufsichtsratsmandate (und in einem Fall für ein Beiratsmandat) bei Konzerngesellschaften wurden den Mitgliedern des Aufsichtsrats der METRO AG durch die Konzerngesellschaften für das Geschäftsjahr 2005 Vergütungen in Höhe von 123.234 € netto gewährt. Auf die einzelnen Mitglieder des Aufsichtsrats der METRO AG entfallen die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Beträge. Darüber hinaus wurden den Mitgliedern des Aufsichtsrats von anderen Gesellschaften der METRO Group keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, im Sinne von Ziffer 5.4.7 Deutscher Corporate Governance Kodex gewährt.

Konzerninterne weitere Vergütungen (in €)	2005
Ulrich Dalibor	33.200
Prof. Dr. Dr. h. c. Erich Greipl	49.800
Marliese Grewenig (bis 24.11.2005)	6.895
Rainer Kuschewski	6.136
Marianne Meister	9.000
Sylvia Raddatz	9.000
Peter Stieger	9.203
Gesamt	123.234

In den Angaben nicht enthalten sind Vergütungsansprüche eines Aufsichtsratsmitglieds aus konzerninternen Aufsichtsratsmandaten, auf deren Auszahlung durch das Mitglied verzichtet wurde.

Directors' Dealings und Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Gemäß § 15a des Wertpapierhandelsgesetzes haben Personen, die bei der METRO AG Führungsaufgaben wahrnehmen, eigene Geschäfte mit Aktien der METRO AG oder sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten, insbesondere Derivaten, der METRO AG mitzuteilen. Die Verpflichtung obliegt auch Personen, die mit einer solchen Person in einer engen Beziehung stehen. Eine Mitteilungspflicht besteht jedoch nicht, solange die Gesamtsumme der Geschäfte einer Person mit Führungsaufgaben und der mit dieser Person in einer engen Beziehung stehenden Personen insgesamt einen Betrag von 5.000 € bis zum Ende des Kalenderjahres nicht erreicht. Der METRO AG wurden im Geschäftsjahr 2005 keine derartigen Geschäfte mitgeteilt.

Nach den Corporate Governance Regeln für die METRO AG wird der Besitz von Aktien der METRO AG oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern offen gelegt, wenn er direkt oder indirekt größer als ein Prozent der von der METRO AG ausgegebenen Aktien ist. Übersteigt der Gesamtbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder ein Prozent der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien, wird der Gesamtbesitz getrennt nach Vorstand und Aufsichtsrat angegeben. Die Schwellenwerte von ein Prozent wurden im Geschäftsjahr 2005 nicht erreicht.

Risikomanagement: Kernelement der Corporate Governance bei der METRO Group

Die METRO Group ist ein wachstumsstarkes Unternehmen, dem sich in einem internationalen Markt vielfältige Chancen bieten. Nachhaltiges Wachstum lässt sich jedoch nur erreichen, wenn neben den Chancen auch die Risiken unternehmerischen Handelns erkannt und angemessen berücksichtigt werden. Ein effektives Risikomanagement gehört daher zu den Kernelementen der Corporate Governance bei der METRO Group.

Transparenz und Information

Ein wichtiges Medium zur Information der Aktionäre der METRO AG, ihrer Investoren und der Öffentlichkeit ist die Internetseite www.metrogroup.de, die in deutscher und englischer Sprache zugänglich ist. Neben vielfältigen Informationen über die Geschäftsfelder und Vertriebslinien der METRO Group finden sich dort unter anderem die Finanzberichte der METRO AG sowie Ad-hoc- und sonstige Mitteilungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz. Aktionäre und interessierte Leser haben darüber hinaus über die Internetseite Zugriff auf die Unterlagen zur jährlichen Bilanzpressekonferenz sowie zum Analystentreffen und können einen elektronischen Investor-Relations-Newsletter abonnieren.

Abschlussprüfung

Mit den Abschlussprüfern des Geschäftsjahres 2005 wurde vereinbart, dass der Aufsichtsratsvorsitzende über während der Prüfung auftretende mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe unverzüglich unterrichtet wird, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Ferner wurde vereinbart, dass der Abschlussprüfer über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse unverzüglich berichtet, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben. Schließlich war der Abschlussprüfer gehalten, den Aufsichtsrat zu informieren beziehungsweise einen Vermerk in den Prüfbericht aufzunehmen, wenn er bei Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die eine Abweichung der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex ergeben. Die Abschlussprüfer haben keinen Vermerk im Prüfbericht über solche Abweichungen aufgenommen; auch haben sie dem Aufsichtsrat keine Abweichungen berichtet.

Die Abschlussprüfer haben dem Aufsichtsrat bis zum Abschluss der Prüfung ferner keine Ausschluss- oder Befangenheitsgründe mitgeteilt; der Aufsichtsrat hatte auch im Übrigen keine Anhaltspunkte dafür, dass solche Ausschluss- und Befangenheitsgründe vorlagen.

Umsetzung und Anwendung der Corporate Governance Grundsätze

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG erörtern mindestens einmal jährlich, zuletzt in der Aufsichtsrats-sitzung im Dezember 2005, die in der METRO Group gelebte Corporate Governance Praxis. Die Einhaltung des Deutschen Corporate Governance Kodex und des Corporate Governance Codes der METRO AG wird zudem durch einen Corporate Governance Beauftragten überwacht. Im Geschäftsjahr 2005 war in einem Fall eine Abweichung von den Corporate Governance Standards notwendig, die in der oben wiedergegebenen Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex erläutert wird. Darüber hinaus muss weder in Bezug auf den Deutschen Corporate Governance Kodex noch in Bezug auf den Corporate Governance Code der METRO AG für das Geschäftsjahr 2005 über Abweichungen berichtet werden.

Ergänzende Informationen

Finanzkalender

Bilanzpressekonferenz/Analystentreffen	22. März 2006
Quartalsbericht Q1 2006	3. Mai 2006
Hauptversammlung	18. Mai 2006
Quartalsbericht Q2 2006	1. August 2006
Quartalsbericht Q3 2006	31. Oktober 2006

Adressen

METRO AG
Schlüterstraße 1, 40235 Düsseldorf
Tel.: +49 (2 11) 68 86-0
www.metrogroup.de

Metro Cash & Carry International GmbH
Metro-Straße 1, 40235 Düsseldorf
Tel.: +49 (2 11) 9 69-0
www.metro-cc.com

Real SB-Warenhaus GmbH
Verwaltungssitz:
Reyerhütte 51, 41065 Mönchengladbach
Tel.: +49 (21 61) 4 03-0
www.real.de

Extra-Verbrauchermärkte
ein Geschäftsbereich der Real SB-Warenhaus GmbH
Reyerhütte 51, 41065 Mönchengladbach
Tel.: +49 (21 61) 4 03-0
www.extra-markt.de

Media-Saturn-Holding GmbH
Wankelstraße 5, 85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (8 41) 6 34-0
www.mediamarkt.de
www.saturn.de

Kaufhof Warenhaus AG
Leonhard-Tietz-Straße 1, 50676 Köln
Tel.: +49 (2 21) 2 23-0
www.galeria-kaufhof.de

Impressum

METRO AG
Schlüterstraße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 23 03 61
40089 Düsseldorf

METRO Group im Internet:

www.metrogroup.de

Investor Relations:

Telefon +49 (2 11) 68 86-19 36
Telefax +49 (2 11) 68 86-37 59
investorrelations@metro.de

Unternehmenskommunikation:

Telefon +49 (2 11) 68 86-28 70
Telefax +49 (2 11) 68 86-20 00
presse@metro.de

Konzept und Redaktion:

Petra Rob

Dr. Wolfgang Griepentrog

Realisation:

Pleon Kohtes Klewes GmbH

Druck:

Schotte, Krefeld