

**REWE-ZENTRALFINANZ EG, KÖLN, UND
REWE - ZENTRAL-AKTIENGESELLSCHAFT, KÖLN**

KOMBINIERTER LAGEBERICHT

FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2017

INHALTSVERZEICHNIS

KONZERNSTRUKTUR	3
WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN	6
1. Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	6
2. Branchenentwicklung	8
DARSTELLUNG DER LAGE	10
1. Vergleich der im Vorjahr berichteten Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung	10
2. Ertragslage	11
3. Finanz- und Vermögenslage	15
4. Leistungsindikatoren	19
RISIKO- UND CHANCENBERICHT	24
PROGNOSEBERICHT	34
1. Künftige gesamtwirtschaftliche Entwicklung	34
2. Erwartete Umsatz- und EBITA-Entwicklung	36

Konzernstruktur

Die REWE Group ist eine international tätige Unternehmensgruppe im Handels- und Touristikbereich. Sie besteht aus zwei unabhängigen Konzernen mit den Mutterunternehmen REWE-ZENTRALFINANZ eG, Köln (RZF), und REWE - Zentral-Aktiengesellschaft, Köln (RZAG).

Die Konzernabschlüsse dieser beiden Konzerne zum 31. Dezember 2017 wurden auf freiwilliger Basis zu einem Abschluss zusammengefasst („zusammengefasster Abschluss“), auf den sich die folgenden Angaben beziehen. Die dabei angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind im Anhang des zusammengefassten Abschlusses angegeben.

Zum 31. Dezember 2017 wurden neben den Mutterunternehmen insgesamt 396 Tochterunternehmen (Vorjahr: 385) in den zusammengefassten Abschluss einbezogen.

Die REWE Group ist in verschiedenen Geschäftsfeldern aktiv, die sich in Sparten und Segmente untergliedern.

GESCHÄFTSFELDER

HANDEL DEUTSCHLAND



HANDEL INTERNATIONAL



FACHMARKT NATIONAL



TOURISTIK



SONSTIGE



Zum 1. Januar 2017 wurde die neue Managementstruktur abschließend umgesetzt. Die Geschäftsfelder Vollsortiment National und Discount National wurden im neu geschaffenen Geschäftsfeld Handel Deutschland, die Geschäftsfelder Vollsortiment International und Discount International im neu geschaffenen Geschäftsfeld Handel International vereint.

Das Geschäftsfeld **Handel Deutschland** umfasst die Sparten REWE, Penny Deutschland und Handel Deutschland Zentralgesellschaften. Im Zuge der Umstrukturierung wurden neben den inländischen Immobiliengesellschaften auch die Produktion und der Vertrieb von Backwaren unter der Marke Glocken Bäckerei und die Produktion von Fleisch- und Wurstwaren unter der Marke Wilhelm Brandenburg, die vormals im Geschäftsfeld Sonstige erfasst waren, dem Handel Deutschland zugeordnet.

In der Sparte REWE werden unter den Marken REWE, REWE CITY, REWE CENTER und REWE to go 1.904 Super- und Verbrauchermärkte betrieben. Hinzu kommen 2.153 REWE-Partner- und nahkauf-Märkte sowie fremde Dritte, die im Großhandelsgeschäft beliefert werden. Mit REWE.de ist Handel Deutschland auch im Online-Geschäft aktiv.

In der Sparte Penny Deutschland werden unter der Vertriebsmarke PENNY 2.174 Discountmärkte betrieben.

Das Geschäftsfeld **Handel International** umfasst die Sparten Vollsortiment Österreich, Vollsortiment CEE sowie Penny International. Im Vollsortiment Österreich und CEE werden an insgesamt 2.542 Standorten Super- und Verbrauchermärkte betrieben. In Österreich werden Filialen unter den Marken BILLA, MERKUR und ADEG betrieben. Im Großhandelsgeschäft werden zudem 385 ADEG-Partnermärkte beliefert. Mit dem Supermarktformat BILLA ist der Handel International auch in Bulgarien, Russland, der Slowakei, Tschechien und der Ukraine vertreten. Daneben werden in Kroatien und Österreich unter der Marke BIPA auch Drogeriefachmärkte betrieben.

In der Sparte Penny International werden die Marken PENNY MARKT und PENNY MARKET an insgesamt 1.466 Standorten in den Ländern Italien, Österreich, Rumänien, Tschechien und Ungarn betrieben.

Die **Touristik** gliedert sich in die Sparten Zentraleuropa, Nordeuropa, Osteuropa und Zielgebiete/Hotels. Sie umfasst unter der Dachmarke DER Touristik eine Vielzahl von Reiseveranstaltern, Reisevertrieben (Reisebüro-Ketten, Franchise-Vertriebe und Online-Portale) sowie Zielgebietsagenturen und Hotels. Die Touristik ist in den Quellmärkten Deutschland, Österreich, der Schweiz, in Osteuropa und mit den Kuoni-Einheiten auch in Skandinavien, Finnland, Großbritannien sowie den Benelux-Ländern aktiv. Die Touristik tritt vor allem unter den Marken ADAC REISEN, Apollo, Club Calimera, DER.COM, DER Reisebüro, DERPART, DERTOUR, EXIM Tours, helvetic tours, ITS, Jahn Reisen, KUONI und Meier's Weltreisen auf. Insgesamt verfügt die Touristik über 750 filialisierte Vertriebsstandorte.

Der **Fachmarkt National** betreibt in Deutschland unter den Marken toom Baumarkt und B1 Discount Baumarkt 293 Märkte. Im Rahmen des Großhandelsgeschäfts werden 40 Partnermärkte und Franchisenehmer beliefert.

Unter dem Geschäftsfeld **Sonstige** werden insbesondere zentrale Dienstleistungen der Mutterunternehmen und verschiedener Tochterunternehmen für Konzernunternehmen und Dritte zusammengefasst. Es handelt sich im Wesentlichen um Beschaffungsfunktionen (Warengroßhandel und Lagerhaltung), Zentralregulierung, Delkredereübernahme, IT-Services, Energiehandel (EHA), Onlinehandel (ZooRoyal und Weinfreunde), E-Commerce-Services (REWE-Digital) sowie die Koordination gruppenübergreifender Werbeaktivitäten.

STANDORTPORTFOLIO 31.12.2017

Länder	Handel Deutschland	Handel Inter- national	Touristik	Fachmarkt National	Gesamt
Deutschland	4.078	--	555	293	4.926
Österreich	--	2.109	--	--	2.109
Tschechien	--	593	40	--	633
Italien	--	364	--	--	364
Nordics*	--	--	6	--	6
Ungarn	--	212	8	--	220
Russland	--	122	--	--	122
Rumänien	--	221	--	--	221
Slowakei	--	145	13	--	158
Bulgarien	--	118	--	--	118
Schweiz	--	--	77	--	77
Großbritannien	--	--	49	--	49
Ukraine	--	26	--	--	26
Kroatien	--	98	--	--	98
Polen	--	--	2	--	2
Summe	4.078	4.008	750	293	9.129

* Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden.
Nur fortgeführtes Geschäft.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

1. GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Die Konjunktur in **Deutschland** entwickelte sich 2017 erneut stärker als im Vorjahr: Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) konnte um 2,5 Prozent (Vorjahr: 1,9 Prozent) gesteigert werden. Der Aufschwung steht auf einer deutlich breiteren Basis als noch 2016: Neben dem privaten Konsum, der von Zuwächsen der Realeinkommen profitieren konnte, stützten 2017 vermehrt private und öffentliche Investitionen, bedingt durch niedrige Zinsen und eine anziehende Auslandsnachfrage, die positive Entwicklung. Die Inflation stieg 2017 auf 1,6 Prozent (Vorjahr: 0,4 Prozent), u. a. aufgrund gestiegener Energiepreise. Die positive wirtschaftliche Entwicklung spiegelte sich auch auf dem Arbeitsmarkt wider: Die Arbeitslosigkeit lag mit 3,6 Prozent (Vorjahr: 4,2 Prozent) auf einem sehr niedrigen Niveau.

Das Wachstum des BIP in **Österreich** lag 2017 mit 2,3 Prozent deutlich über der Prognose von 1,2 Prozent und über der Vorjahresentwicklung (1,5 Prozent). Ursächlich hierfür waren insbesondere eine starke Inlandsnachfrage, die sowohl durch den privaten Konsum als auch durch ein hohes Maß an Investitionen gestützt wurde, sowie eine steigende Auslandsnachfrage. Positiv beeinflusst wurde der private Konsum vor allem durch die Verbesserung am Arbeitsmarkt: Die Arbeitslosenquote sank auf 5,4 Prozent (Vorjahr: 6,1 Prozent). Die Inflation erhöhte sich auf 2,0 Prozent (Vorjahr: 1,0 Prozent).

Die Wirtschaft in **Italien** wuchs 2017 um 1,6 Prozent (Vorjahr: 0,9 Prozent). Maßgeblich für das Wachstum war neben einer anziehenden Binnennachfrage auch eine steigende Auslandsnachfrage. Die Arbeitslosenquote sank leicht auf 11,2 Prozent (Vorjahr: 11,7 Prozent), was u. a. aus einer gestiegenen Anzahl von Erwerbstätigen mit befristeten Arbeitsverträgen resultierte. Die Inflationsrate stieg auf 1,4 Prozent (Vorjahr: -0,1 Prozent).

Die Konjunktur in den **zentral-osteuropäischen** Ländern, in denen die REWE Group vertreten ist, entwickelte sich 2017 in allen Ländern positiv. Bulgarien, Kroatien, Rumänien, Russland, die Slowakei, Tschechien, die Ukraine und Ungarn befanden sich in einem Aufschwung, wobei Bulgarien, Rumänien, Russland, Tschechien und Ungarn die Prognosen und das Vorjahreswachstum übertreffen konnten. In der Slowakei entsprach die Entwicklung des BIP der des Vorjahres und der Prognose. Kroatien und die Ukraine verzeichneten ein im Vergleich zum Vorjahr geringeres Wirtschaftswachstum, wobei Kroatien trotz des Zusammenbruchs des größten privaten Unternehmens des Landes die Prognose noch übertreffen konnte. In allen Ländern stützte sich der Aufschwung maßgeblich auf den privaten Konsum, der von gestiegenen Löhnen aufgrund der guten Beschäftigungslage profitieren konnte, und die gestiegenen Exporte. Die Verfügbarkeit von EU-Geldern zur Finanzierung und die Einleitung wirtschaftspolitischer Maßnahmen (z. B. Erhöhung der Mindestlöhne und Steuersenkungen) führten zu einer Stärkung der Binnennachfrage. Der private Konsum profitierte von steigenden Realeinkommen. Mit Ausnahme von Russland und der Ukraine ist die Arbeitslosenquote in allen Ländern zum Teil deutlich gesunken. Die in den Vorjahren hohe Inflationsrate in Russland und der Ukraine sank weiter. In den übrigen Ländern stieg die Inflationsrate im Vergleich zum Vorjahr.

In **Skandinavien** konnten alle drei Länder die Wachstumsprognose übertreffen, wobei Schweden mit einem starken Wirtschaftswachstum von 3,1 Prozent leicht unter der Vorjahresentwicklung lag. Dänemark und Norwegen konnten ein im Vergleich zum Vorjahr höheres Wirtschaftswachstum erzielen. Die Inflationsrate in Schweden und Dänemark stieg im Vergleich zum Vorjahr, während die Preissteigerung in Norwegen mit 2,1 Prozent geringer ausfiel als im Vorjahr. In allen drei Ländern sank die Arbeitslosenquote.

Die Konjunktur entwickelte sich in der **Schweiz** mit einem BIP-Wachstum von 1,0 Prozent schwächer als im Vorjahr und als erwartet. Die Arbeitslosenquote sank auf 3,0 Prozent (Vorjahr: 3,3 Prozent) und lag damit deutlich unter der Prognose von 4,3 Prozent. Die Inflationsrate stieg auf moderate 0,5 Prozent an, was hauptsächlich auf die Abschwächung des Franken zurückzuführen ist.

Die wirtschaftliche Entwicklung lag in **Großbritannien** 2017 mit 1,7 Prozent unter der Vorjahresentwicklung (1,9 Prozent). Ursächlich ist vor allem die Unsicherheit um die Konsequenzen des EU-Austritts („Brexit“). Die Arbeitslosenquote sank auf 4,4 Prozent (Vorjahr: 4,9 Prozent). Die Inflationsrate stieg deutlich auf 2,6 Prozent (Vorjahr: 0,7 Prozent), was wesentlich auf die Abwertung des Pfundes vor und nach dem Brexit-Referendum zurückzuführen ist.

ENTWICKLUNG DER WIRTSCHAFTSDATEN DER REWE GROUP-LÄNDER

in Prozent ¹	BIP			Inflation			Arbeitslosigkeit		
	2016	2017e*	2017e	2016	2017e*	2017e	2016	2017e*	2017e
Deutschland	1,9	1,5	2,5	0,4	1,5	1,6	4,2	4,0	3,6
Österreich	1,5	1,2	2,3	1,0	1,6	2,0	6,1	6,0	5,4
Tschechien	2,6	2,7	3,5	0,7	1,4	2,4	4,0	4,0	3,0
Italien	0,9	0,7	1,6	-0,1	1,0	1,4	11,7	10,9	11,2
Ungarn	2,0	2,5	3,2	0,5	1,9	2,5	4,9	5,3	4,2
Russland	-0,2	1,1	1,8	7,0	5,0	4,2	5,5	5,9	5,5
Rumänien	4,8	3,8	5,5	-1,1	1,5	1,0	6,0	6,2	5,2
Slowakei	3,3	3,3	3,3	-0,5	1,1	1,3	9,7	9,4	7,8
Bulgarien	3,4	2,8	3,6	-1,3	0,6	1,2	7,7	7,7	6,1
Schweiz	1,4	1,3	1,0	-0,4	0,2	0,5	3,3	4,3	3,0
Großbritannien	1,9	1,5	1,7	0,7	2,5	2,6	4,9	5,4	4,4
Schweden	3,2	2,6	3,1	1,1	1,5	2,0	7,0	6,7	6,8
Norwegen	1,1	1,2	1,4	3,6	2,9	2,1	4,7	4,3	4,0
Dänemark	1,7	1,4	1,9	0,0	1,3	1,1	6,2	5,9	5,8
Ukraine	2,3	2,5	2,0	13,9	11,0	12,8	9,3	8,7	9,5
Kroatien	3,0	2,1	2,9	-0,6	0,9	1,3	13,3	13,4	10,8

Quellen: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database Oktober 2017, Update Januar 2018; Gemeinschaftsdiagnose (Herbst 2017)

e = erwartet; e* = im Vorjahr erwartet

¹ BIP-Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent

2. BRANCHENENTWICKLUNG

Lebensmittelhandel

BRANCHENENTWICKLUNG: UMSATZ

Veränderung in Prozent	Handel 2017 nominal	Handel 2016 nominal	Lebensmittel- einzelhandel 2017 nominal	Lebensmittel- einzelhandel 2016 nominal
Deutschland	5,1	1,6	3,7 ¹	1,9 ¹
Österreich	3,4	1,1	3,4	2,0
Tschechien	8,2	3,5	6,5	2,3
Italien	2,4	-0,1	1,9	0,5
Ungarn	7,7	3,9	5,7	3,6
Russland ²	1,1	2,3	0,4	2,4
Rumänien	12,2	10,7	9,3	12,5
Slowakei	8,4	0,8	7,0	2,1
Bulgarien	4,6	2,3	4,7	10,9
Ukraine ²	7,3	14,8	--	--
Kroatien	6,4	-0,1	2,3	-4,6

Quellen: Eurostat; ¹ GfK; ² Retail Update Russia (Biweekly News Report - Published by PMR) Stand Januar 2018

Für **Deutschland** wird die Umsatzentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels von GfK (nominal: 3,7 Prozent; FMCG ohne Non-Food) und Nielsen/TradeDimension (nominal: 3,8 Prozent) nahezu gleichlautend angegeben. In diesem Kontext entwickelt sich Handel Deutschland mit 11,9 Prozent (bereinigt um Konsolidierungskreisänderungen: 4,1 Prozent) ausgesprochen gut. Die Eurostat-Daten bestätigen den positiven Trend im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, werden von uns jedoch aufgrund der Ermittlungssystematik im Vergleich zu den GfK-Daten als weniger aussagekräftig eingestuft.

Der Einzelhandel in **Österreich** erzielte 2017 ein nominales Umsatzwachstum von 3,4 Prozent (real: 1,2 Prozent). Der Lebensmitteleinzelhandel wuchs nominal mit 3,4 Prozent (real: 0,9 Prozent) stärker als im Vorjahr.

Der Einzelhandelsumsatz in **Italien** ist 2017 nominal um 2,4 Prozent gestiegen (real: 0,9 Prozent). Der Anstieg der privaten Konsumausgaben fiel im Vergleich zum Vorjahr geringer aus. Die Umsätze im LEH erhöhten sich nominal um 1,9 Prozent (real: gesunken um 0,1 Prozent).

Der Lebensmittelhandel in den **osteuropäischen** Ländern, in denen die REWE Group vertreten ist, entwickelte sich überwiegend positiv. Rumänien konnte 2017 mit 9,3 Prozent das höchste nominale Wachstum (real: 6,9 Prozent) verzeichnen. Positiv beeinflusst wurde der Konsum in den Ländern u. a. durch die Erhöhung der Mindestlöhne (z. B. in Ungarn) und durch eine gute Beschäftigungslage (nahezu Vollbeschäftigung in Tschechien und Ungarn). Schwach dagegen verlief die Entwicklung des Lebensmittelhandels in Kroatien mit einem Umsatzrückgang von real 0,6 Prozent (nominal: Anstieg um 2,3 Prozent). Der Anstieg der Einzelhandelsumsätze in Russland fiel mit nominal 1,1 Prozent moderat aus und lag unter der Entwicklung des Vorjahres. Der Lebensmitteleinzelhandel verzeichnete insbesondere im ersten Halbjahr einen negativen Verlauf, der u. a. in einem Rückgang der real verfügbaren Einkommen begründet ist.

Touristik

Der gesamte Reiseveranstaltermarkt verzeichnete 2017 ein Umsatzwachstum von 8,0 Prozent auf 33,7 Mrd. € und konnte damit den Rückgang des Vorjahres deutlich kompensieren. Hauptwachstumstreiber waren Kreuzfahrten mit einem Umsatzplus von 16,8 Prozent sowie die Spezialisten für Zielgebiete, Themen und Reisearten mit 9,7 Prozent. Die zehn größten deutschen Flugreiseveranstalter generierten insgesamt einen Umsatzanstieg von 5,1 Prozent. Die Nachfrage nach Flugreisen in die Türkei war mit -31,1 Prozent das dritte Jahr in Folge rückläufig, während sich die übrigen kriselnden außereuropäischen Mittelmeer-Destinationen auf niedrigem Niveau wieder erholten. Andere Zielgebiete im westlichen Mittelmeer stießen an ihre Kapazitätsgrenzen und rutschten zum Saisonende ins Minus (Spanien -1,8 Prozent, Italien -4,1 Prozent), während Griechenland (+29,4 Prozent) sowie kleinere Balkanstaaten als Ausweichziele einen Boom erlebten. Die Insolvenz der Fluggesellschaft Air Berlin verschärfte die Kapazitätsengpässe in einzelnen Flugreise-Destinationen zum Saisonende des Touristikjahres, konnte aber den positiven Verlauf nicht mehr entscheidend beeinflussen. Die rückläufige Entwicklung bei Fernreisen (-1,9 Prozent) resultierte vor allem aus der Verteuerung durch einen schwachen Euro sowie aus zahlreichen Wirbelstürmen in der Karibik. Bei erdgebundenen Reisen hielt der Trend zur Buchung direkt bei Leistungsträgern im Internet an, sodass die Reiseveranstalter mit einem Umsatzrückgang von 6,8 Prozent erneut Marktanteile einbüßten. Zum Jahreswechsel 2017/2018 deutet sich ein starkes Frühbuchergeschäft insbesondere für Flugreisen in alle Mittelmeerdestinationen an.

Der gesamte Reisevertriebsmarkt verzeichnete 2017 einen Umsatzanstieg um insgesamt 4,7 Prozent auf 26,4 Mrd. € und schaffte nach dem Rückgang des Vorjahres ebenfalls die Trendwende. Die stationären Reisebüros profitierten dabei vom starken Wachstum der Reiseveranstalter, die ihre Hauptsortimentspartner sind, und erzielten einen Umsatzanstieg von 5,0 Prozent. Auch die spezialisierten Business Travel Organisationen wiesen dank der guten Auftragslage ihrer Geschäftsreise-Kunden ein Umsatzplus von 4,0 Prozent aus. Deutliche Zuwächse erzielte auch der Online-Reisevertrieb. Die Umsatzeinbußen durch die Insolvenz des Marktführers im Vorjahr wurden vor allem durch neue Wettbewerber aufgefangen, sodass der Umsatz der Online-Reisebüros um 15,1 Prozent zunahm. Auch die Umsätze der Hotel- und Flug-Produktportale (+7,9 Prozent) sowie die Online-Direktverkäufe der touristischen Leistungsträger (+13,5 Prozent) nahmen signifikant zu und traten damit erneut stärker in Konkurrenz zu ihren eigenen Vertriebskanälen über Veranstalter und Reisebüros.

Fachmärkte

Der Baumarkthandel konnte nach Aussagen des BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e. V., Köln, 2017 ein Umsatzwachstum von 1,1 Prozent auf 18,5 Mrd. € verbuchen. Auf bereinigter Verkaufsfläche wurde ein leichtes Umsatzwachstum von 0,7 Prozent erzielt. Die Monate März, April und Mai waren mit 5,6 Mrd. € die umsatzstärksten Monate. Insgesamt trug die Entwicklung des ersten und des vierten Quartals wesentlich zu dem positiven Verlauf bei. Im zweiten und dritten Quartal hingegen war die Branchenentwicklung leicht rückläufig: Die Wetterlage im April mit Spätfrost und Schneefall und in den Sommermonaten mit sehr hohen Temperaturen einerseits und überdurchschnittlich vielen Regentagen und hohen Niederschlagswerten andererseits führte zu Umsatzrückgängen und belastete die positive Entwicklung.

Darstellung der Lage

1. VERGLEICH DER IM VORJAHR BERICHTETEN PROGNOSE MIT DER TATSÄCHLICHEN GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Die Umsatzentwicklung der REWE Group liegt 2017 über den Erwartungen. Hierzu trug maßgeblich die Entwicklung im deutschen Lebensmittelhandel, bedingt durch die 2016 erworbenen Supermärkte Nord-Gesellschaften und die übernommenen Märkte von Kaiser's Tengelmann, sowie die zum 1. September 2017 erstmalig vollkonsolidierte REWE Dortmund SE & Co. KG, Dortmund, bei.

Das EBITA hat sich operativ in allen Geschäftseinheiten zum Teil deutlich besser entwickelt, als für 2017 prognostiziert wurde. Ergebnisbelastend wirken sich im Wesentlichen die Integrationskosten der Supermärkte Nord-Gesellschaften und der übernommenen Kaiser's Tengelmann-Märkte aus. Zusätzlich belasten steigende Logistik-, Personal- und Sachkosten die Entwicklung des EBITA.

Der Handel Deutschland kann operativ die Umsätze und das EBITA gegenüber dem Budget wesentlich steigern. Steigerungen konnten sowohl REWE als auch Penny verzeichnen. Belastet wird das Ergebnis durch die zuvor erwähnte Integration der Supermärkte Nord-Gesellschaften und der Kaiser's Tengelmann-Märkte.

Die Umsatzentwicklung des Geschäftsfelds Handel International liegt über den budgetierten Erwartungen. Es zeigten sowohl Penny als auch das Vollsortiment positive Entwicklungen auf. So konnte vor allem die Entwicklung in Osteuropa stärker zunehmen als erwartet.

Das EBITA des Handels International liegt über den Erwartungen des Jahres 2017. Penny wie auch das Vollsortiment CEE konnten das EBITA-Ziel übertreffen. Auch in Österreich konnte trotz der Belastungen durch die Neuausrichtung des Drogeriemarktkonzepts das budgetierte EBITA übertroffen werden.

Die Entwicklung der Touristik wird vor allem durch die positive Entwicklung der integrierten Kuoni-Einheiten geprägt. So konnte die Touristik, trotz immer noch schwieriger Entwicklungen in einigen touristischen Kerngebieten, den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr steigern; die erwartete Umsatzentwicklung wurde aber nicht ganz erreicht. Trotz der schwierigen Situation in einigen Kerngebieten und der Belastungen durch die Insolvenz einer Fluggesellschaft konnte die Touristik die budgetierten EBITA-Erwartungen übertreffen.

Der Fachmarkt National konnte die gestellten Umsatzerwartungen nicht ganz erfüllen, liegt aber mit seiner Entwicklung über dem Branchendurchschnitt. Trotz der negativen Preisentwicklung im DIY-Sektor konnte der Baumarkt die budgetierten EBITA-Erwartungen erfüllen.

Die Entwicklung der Nettoverschuldung der zusammengefassten Konzerne liegt über den Planwerten. Ursächlich waren höhere Investitionen, die Verschiebung des Verkaufs der Beteiligung UAB Palink, Vilnius (Litauen), in das Folgejahr und ein Bestandsaufbau im Fachmarkt National.

2. ERTRAGSLAGE

Umsatzentwicklung

in Mio. €	2017	2016	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Handel Deutschland	28.621,1	25.588,8	3.032,3	11,9
Handel International	13.353,5	12.710,0	643,5	5,1
Touristik	4.649,6	4.576,4	73,2	1,6
Fachmarkt National	2.130,8	2.088,5	42,3	2,0
Sonstige	669,3	672,3	-3,0	-0,4
Gesamt	49.424,3	45.636,0	3.788,3	8,3

Die Umsatzerlöse konnten 2017 insgesamt um 8,3 Prozent gesteigert werden.

Der Handel Deutschland als volumenstärkstes Geschäftsfeld verzeichnete eine Umsatzsteigerung von 11,9 Prozent und lag somit deutlich über dem Branchentrend in Deutschland. Die positive Umsatzentwicklung wurde durch die Entwicklung der eigenen REWE-Filialen und der Penny-Filialen sowie des Großhandels getragen. Zudem trugen die im Vorjahr erworbenen Märkte der Supermärkte Nord-Gesellschaften und von Kaiser's Tengelmann sowie die zum 1. September 2017 erstmalig vollkonsolidierte REWE Dortmund SE & Co. KG, Dortmund, wesentlich zur Umsatzsteigerung bei, in geringem Umfang auch bedingt durch Umgliederungen aus dem Geschäftsfeld Sonstige (vgl. dort).

Das Geschäftsfeld Handel International ist mit einem Umsatz von 13,4 Mrd. € das zweitgrößte Geschäftsfeld der REWE Group. Der Anstieg der Umsatzerlöse um 5,1 Prozent (währungsbereinigt +4,1 Prozent) wurde maßgeblich durch das Vollsortiment in Zentral- und Osteuropa generiert. Besonders hohe Umsatzsteigerungen konnten in Russland, der Slowakei und Tschechien erzielt werden und sind im Wesentlichen auf die positive Entwicklung der Stammfilialen und Expansionstätigkeiten zurückzuführen. Das Vollsortiment Österreich zeigte eine fortgesetzt positive Umsatzentwicklung, die wesentlich durch den Lebensmitteleinzelhandel getragen wurde. Auch die Umsatzerlöse von Penny International trugen zur positiven Entwicklung bei: Ursächlich war insbesondere die Umsatzentwicklung in Tschechien und Ungarn.

Die Touristik erzielte einen konsolidierten Umsatz von 4,6 Mrd. € (vermittelter Reiseumsatz 6,5 Mrd. €), der damit um 1,6 Prozent über dem Vorjahr lag. Den Umsatzsteigerungen in Nord- und Osteuropa und den Zielgebietsagenturen standen Umsatzrückgänge in Zentraleuropa gegenüber. Insgesamt wirkten sich vor allem die Erholung der Destinationen Ägypten und Tunesien sowie die hohe Nachfrage nach Reisen in das Zielgebiet Griechenland positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

Das Geschäftsfeld Fachmarkt National verzeichnete eine Umsatzsteigerung von 2,0 Prozent und lag somit leicht über dem Branchentrend in Deutschland. Die Steigerung der Baumarkumsätze wurde im Wesentlichen durch die positive Entwicklung des Filialgeschäfts getragen. Neben Expansionstätigkeiten trugen auch die Stammfilialen zu diesem Wachstum bei.

Der ausgewiesene Rückgang im Geschäftsfeld Sonstige von 0,4 Prozent beruht auf einem konsolidierungstechnischen Effekt: Bis zum Einbezug der REWE Dortmund SE & Co. KG am 1. September 2017 stellte der Umsatz mit dem dann eingebrachten Lebensmittelgroßhandelsgeschäft der REWE DORTMUND Großhandel eG, Dortmund, Außenumsatz dar; danach stellt er Innenumsatz mit dem Geschäftsfeld Handel Deutschland, dem

das Geschäft der REWE Dortmund SE & Co. KG zugeordnet ist, dar und ist im Rahmen der Konsolidierung zu verrechnen. Tatsächlich ergibt sich aber ein Umsatzanstieg von 5,2 Prozent. Positive Umsatzentwicklungen konnten vor allem bei den im Vorjahr erstmalig vollkonsolidierten Eurogroup-Gesellschaften und im REWE-Digitalgeschäft erzielt werden.

Märkte und Verkaufsflächen

Zum Jahresende betrieben die Handelsgeschäftsfelder der REWE Group 9.129 Verkaufsstellen mit einer Gesamtverkaufsfläche von 9,0 Mio. Quadratmetern.

Anzahl Märkte	31.12.2017	31.12.2016	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Handel Deutschland ¹	4.078	4.048	30	0,7
Handel International	4.008	3.925	83	2,1
Touristik	750	748	2	0,3
Fachmarkt National	293	287	6	2,1
Gesamt	9.129	9.008	121	1,3

¹ Ohne Märkte der REWE Dortmund SE & Co. KG, Dortmund.

Verkaufsflächen in m ² *	31.12.2017	31.12.2016	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Handel Deutschland ¹	4.387.104	4.372.046	15.058	0,3
Handel International	2.702.133	2.642.167	59.966	2,3
Fachmarkt National	1.935.235	1.881.597	53.638	2,9
Gesamt	9.024.472	8.895.810	128.662	1,4

* In der Touristik werden keine Verkaufsflächen erfasst.

¹ Ohne Verkaufsflächen der REWE Dortmund SE & Co. KG, Dortmund.

Ergebniskennzahlen

in Mio. €	2017	2016	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Umsatzerlöse	49.424,3	45.636,0	3.788,3	8,3
Materialaufwand einschließlich Bestandsveränderungen	-36.948,6	-33.954,4	-2.994,2	-8,8
Rohertrag	12.475,7	11.681,6	794,1	6,8
Rohertragsquote	25,2%	25,6%		
EBITDA	1.594,9	2.002,6	-407,7	-20,4
Abschreibungen/Zuschreibungen und Wertminderungen (ohne Firmenwerte)	-1.103,5	-1.006,0	-97,5	-9,7
EBITA	491,4	996,6	-505,2	-50,7
Wertminderungen auf Firmenwerte	0,0	-137,0	137,0	100,0
EBIT	491,4	859,6	-368,2	-42,8
Finanzergebnis	-16,6	28,8	-45,4	< -100
EBT	474,8	888,4	-413,6	-46,6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-133,0	-396,1	263,1	66,4
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	341,8	492,3	-150,5	-30,6
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-4,0	-29,8	25,8	86,6
EAT/Jahresergebnis	337,8	462,5	-124,7	-27,0

Das **EBITDA** verminderte sich um 407,7 Mio.€. Dem Anstieg des Rohertrags um 794,1 Mio. € stand eine Verminderung der sonstigen betrieblichen Erträge um 244,7 Mio. € (ohne Berücksichtigung von Zuschreibungen) und ein Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen (383,5 Mio. €) und der Personalaufwendungen (573,6 Mio. €) gegenüber. Der stärkere Anstieg der Materialaufwendungen im Vergleich zu den Umsatzerlösen, insbesondere in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland und Fachmarkt National, führte zu einem Rückgang der Rohertragsquote auf 25,2 Prozent (Vorjahr: 25,6 Prozent).

Der Rückgang der sonstigen betrieblichen Erträge resultierte im Wesentlichen aus einer Verminderung der übrigen sonstigen betrieblichen Erträge um 601,2 Mio. €, die im Vorjahr stark von einem Einmaleffekt (Sondererträge aus der Zentralregulierung aufgrund geänderter EuGH-Rechtsprechung) beeinflusst waren. Dem standen gestiegene Erträge aus Werbedienstleistungen, Miet- und Pächterträge, Erträge aus sonstigen Leistungen und aus der Auflösung von Rückstellungen gegenüber. Der Anstieg der Erträge aus Werbedienstleistungen resultierte aus gestiegenen Werbeaktivitäten in Funk und Fernsehen, Printmedien, Außenwerbung und dem stärkeren Einsatz von Werbemitteln im Geschäftsfeld Handel Deutschland. Die Miet- und Pächterträge erhöhten sich im Wesentlichen im Geschäftsfeld Handel Deutschland. Ursächlich waren eine gestiegene Anzahl an Partnermärkten sowie die infolge höherer Umsätze gestiegenen umsatzabhängigen Mieten. Die Zunahme der Erträge aus sonstigen Leistungen ist überwiegend auf erhöhte Erträge aus der Bereitstellung von Dienstleistungen an die REWE-Partnermärkte zurückzuführen. Der Anstieg der beschriebenen Posten wurde zudem zum Teil stark beeinflusst durch die erstmalige Einbeziehung der Supermärkte Nord-Gesellschaften, der REWE Dortmund SE & Co. KG, Dortmund, und der Märkte von Kaiser's Tengelmann.

Korrespondierend zu den Erträgen aus Miete und Pacht, Werbedienstleistungen und sonstigen Leistungen stiegen auch die entsprechenden Aufwendungen an. Darüber hinaus erhöhten sich die Aufwendungen für Fuhrpark und Frachten vornehmlich in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland und Fachmarkt National.

Der Anstieg der Personalaufwendungen (9,3 Prozent) begründet sich im Wesentlichen mit dem Einbezug der Supermärkte Nord-Gesellschaften, der Märkte von Kaiser's Tengelmann, der REWE Dortmund SE & Co. KG und der Tarifierhöhung 2017.

Das **EBITA** lag 2017 bei 491,4 Mio. € und damit 505,2 Mio. € unter dem des Vorjahres (996,6 Mio. €).

Die Verminderung des Finanzergebnisses resultierte im Wesentlichen aus einem um 24,7 Mio. € gesunkenen Zinsergebnis, einem um 13,4 Mio. € gesunkenen Ergebnis aus der Bewertung derivativer Finanzinstrumente und einem um 12,4 Mio. € gesunkenen Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen. Das Zinsergebnis des Vorjahres war wesentlich beeinflusst durch Zinserträge, die im Zusammenhang mit den Sondererträgen aus der Zentralregulierung aufgrund geänderter EuGH-Rechtsprechung standen.

Aus den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag ergibt sich ein Aufwand in Höhe von 133,0 Mio. € (Vorjahr: 396,1 Mio. €). Dieser setzt sich aus einem laufenden Steueraufwand in Höhe von 136,4 Mio. € (Vorjahr: 385,2 Mio. €) und einem Ertrag aus latenten Steuern in Höhe von 3,4 Mio. € (Vorjahr: Aufwand 10,9 Mio. €) zusammen. Im laufenden Steueraufwand ist ein Ertrag in Höhe von 1,3 Mio. € (Vorjahr: Aufwand 103,3 Mio. €) aus Steuern für Vorjahre enthalten.

3. FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Finanzlage

Den Konzernen stehen derzeit im Wesentlichen folgende Fremdfinanzierungslinien zur Verfügung:

FREMDFINANZIERUNGSMITTEL

in Mio. €	31.12.2017	31.12.2016	Laufzeitende
Syndizierter Kredit	1.500,0	1.500,0	18. September 2020
Schuldscheindarlehen	175,0	175,0	02. September 2024
Gesamt	1.675,0	1.675,0	

Der im Vorjahr nicht in Anspruch genommene Kreditrahmen des syndizierten Kredits wurde zum 31. Dezember 2017 in Höhe von 650,0 Mio. € gezogen. Des Weiteren bestehen, unverändert zum Vorjahr, vier bilaterale Kreditlinien in Höhe von insgesamt 350,0 Mio. € mit unterschiedlichen Laufzeiten, von denen per Stichtag 62,6 Mio. € in Anspruch genommen wurden.

Durch den internen Finanzausgleich (Cash pooling) wird eine Reduzierung des Fremdfinanzierungsvolumens sowie eine Optimierung der Geld- und Kapitalanlagen erreicht. Das Cash pooling ermöglicht die Nutzung der Liquiditätsüberschüsse einzelner Gesellschaften der Konzerne zur internen Finanzierung.

Nettoverschuldung

Der Anstieg der Nettoverschuldung 2017 um 999,3 Mio. € gegenüber 2016 ist im Wesentlichen bedingt durch eine Zunahme der Schulden gegenüber Kreditinstituten und der Schulden aus Finanzierungs-Leasing.

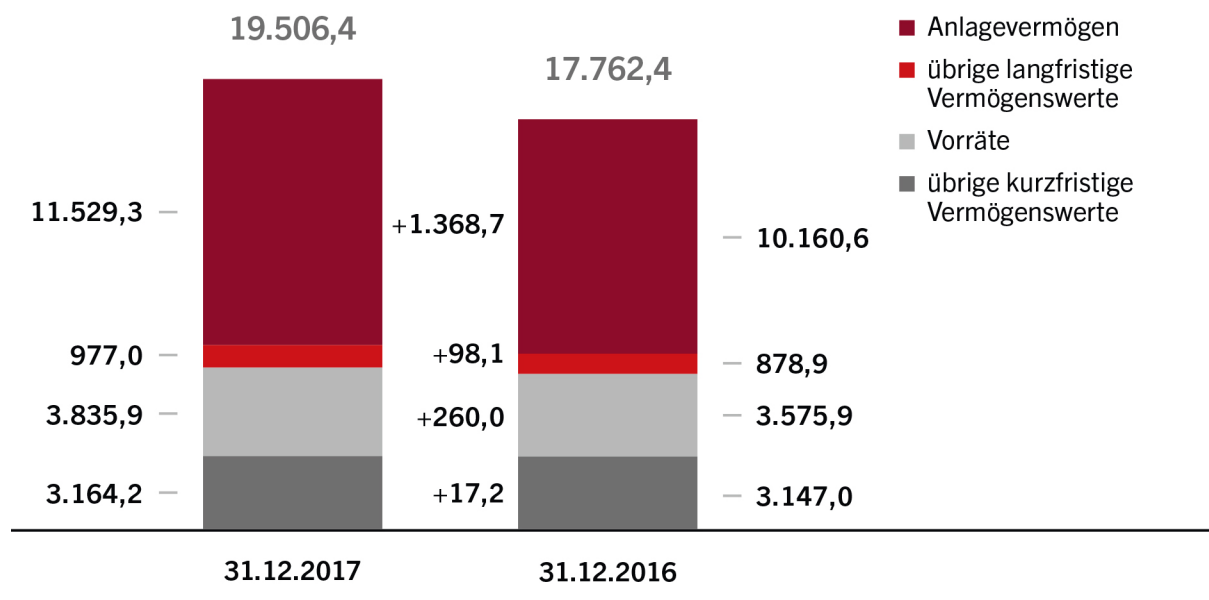
in Mio. €	31.12.2017	31.12.2016
Finanzschulden*	2.305,5	1.268,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-653,4	-615,8
Nettoverschuldung	1.652,1	652,8

* In den sonstigen finanziellen Schulden enthalten.

Vermögenslage

AKTIVA

in Mio. €



Im Berichtsjahr erhöhte sich die Bilanzsumme um 1.744,0 Mio. € auf 19.506,4 Mio. €.

Die REWE Group investierte 2017 1.856,3 Mio. € (Vorjahr: 1.578,9 Mio. €) in immaterielle Vermögenswerte, in Sachanlagen und in als Finanzinvestition gehaltene Immobilien. Die Investitionen betrafen hauptsächlich die Erweiterung und die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes und der Lagerstandorte sowie der Produktionsunternehmen. Darüber hinaus ergaben sich Zugänge aus Unternehmenserwerben, die im Wesentlichen aus der Erstkonsolidierung der REWE Dortmund SE & Co. KG resultieren. Mindernd wirkten sich auf das Anlagevermögen vor allem der Abgang von Anlagevermögen, Wertminderungen, Abschreibungen und die Umgliederung zur Veräußerung gehaltener Vermögenswerte in den entsprechenden Bilanzposten aus.

Im Berichtsjahr werden in Nutzung befindliche selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 89,7 Mio. € (Vorjahr: 66,4 Mio. €) ausgewiesen. Daneben bestehen noch in Entwicklung befindliche selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte. Bei den selbst geschaffenen immateriellen Vermögenswerten handelt es sich hauptsächlich um Softwareprodukte. Des Weiteren fielen Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen in Höhe von 70,4 Mio. € (Vorjahr: 59,1 Mio. €) an, die direkt als Aufwand erfasst wurden.

Der Anstieg der übrigen langfristigen Vermögenswerte betrifft im Wesentlichen die sonstigen Vermögenswerte (39,7 Mio. €), die finanziellen Vermögenswerte (36,1 Mio. €) und die latenten Steuerforderungen (18,6 Mio. €). Die Veränderung der langfristigen sonstigen Vermögenswerte ergibt sich maßgeblich aus dem Anstieg der abgegrenzten Vermögenswerte und der Forderungen aus Vorauszahlungen und Kauttionen. Die Erhöhung der langfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte resultiert maßgeblich aus der Zunahme der sonstigen Darlehen.

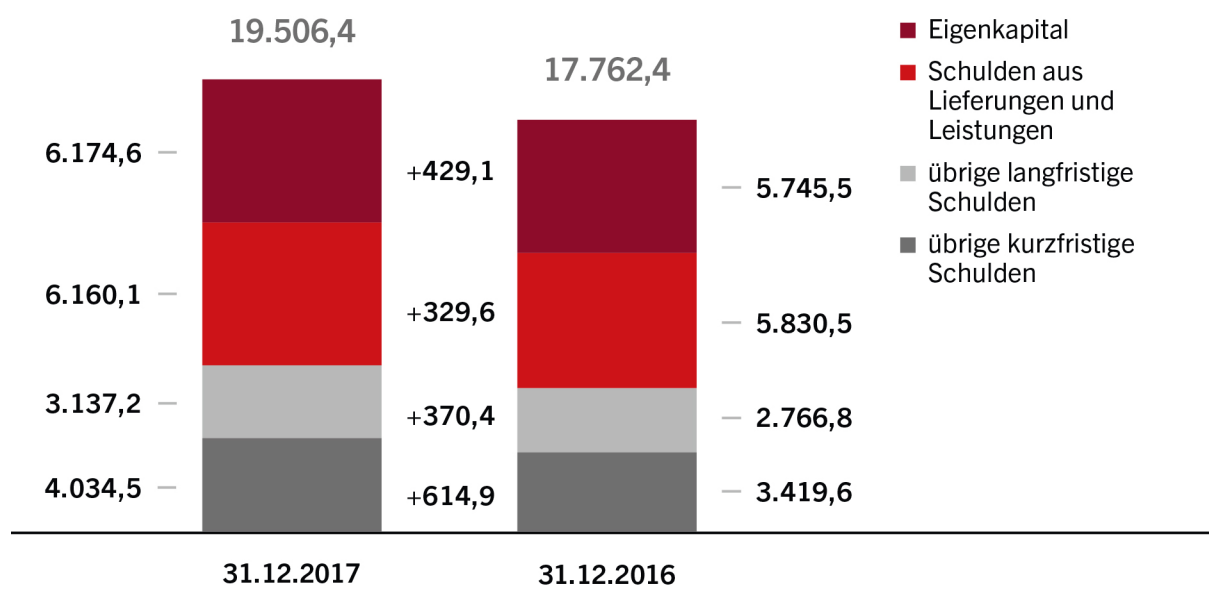
Die Vorräte sind im Wesentlichen aufgrund einer Erhöhung der fertigen Erzeugnisse und Waren in den Geschäftsfeldern Fachmarkt National und Handel Deutschland gestiegen. Die Erhöhung des Bestands im Geschäftsfeld Fachmarkt National ist im Wesentlichen auf ein höheres Bestellvolumen, zur Vermeidung von Out-of-stock-Situationen, zurückzuführen. Der Anstieg im Geschäftsfeld Handel Deutschland resultiert vor allem aus der Erstkonsolidierung der REWE Dortmund SE & Co. KG. Daneben trugen auch die unfertigen Leistungen zum Anstieg der Vorräte bei. Dieser betrifft insbesondere das Geschäftsfeld Touristik und resultiert hauptsächlich aus einem insgesamt höheren vermittelten Reiseumsatz, u. a. bedingt durch die Möglichkeit, Reisen früher zu buchen als im Vorjahr.

Der Anstieg der übrigen kurzfristigen Vermögenswerte ist insbesondere auf die Zunahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte (71,9 Mio. €), der Zahlungsmittel und -äquivalente (37,6 Mio. €), der sonstigen Vermögenswerte (24,9 Mio. €) und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (21,1 Mio. €) zurückzuführen. Die Erhöhung der sonstigen finanziellen Vermögenswerte resultiert maßgeblich aus dem Anstieg der debitorischen Kreditoren. Auch die Ansprüche aus Lieferantenvergütungen erhöhten sich, was wesentlich durch die Erstkonsolidierung der REWE Dortmund SE & Co. KG bedingt ist. Die sonstigen Vermögenswerte stiegen maßgeblich aufgrund höherer Forderungen aus sonstigen Steuern an. Die Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultiert im Wesentlichen aus einer Erhöhung im Geschäftsfeld Handel Deutschland, was insbesondere durch die Erstkonsolidierung der REWE Dortmund SE & Co. KG bedingt ist. Zur Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verweisen wir auf Punkt 4 „Leistungsindikatoren“.

Dem stand eine Verminderung der zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte (116,8 Mio. €) aufgrund von Entkonsolidierungen und der Reklassifizierung von Immobilien sowie die Reduzierung der laufenden Ertragsteuern (21,5 Mio. €) gegenüber.

PASSIVA

in Mio. €



Die Bilanz weist zum 31. Dezember 2017 ein Eigenkapital in Höhe von 6.174,6 Mio. € (Vorjahr: 5.745,5 Mio. €) aus; das entspricht einer Eigenkapitalquote von 31,7 Prozent (Vorjahr: 32,3 Prozent). Die Eigenkapitalrendite der fortgeführten Geschäftsbereiche beträgt 5,9 Prozent (Vorjahr: 9,3 Prozent).

Die Gewinnrücklagen erhöhten sich um 347,2 Mio. € auf 6.051,8 Mio. €. Wesentlicher Bestandteil dieser Erhöhung ist das im Geschäftsjahr erwirtschaftete, den Anteilseignern der Mutterunternehmen zustehende Jahresergebnis in Höhe von 342,3 Mio. € (Vorjahr: 456,5 Mio. €). Der Rückgang der übrigen Rücklagen um 17,0 Mio. € auf -76,4 Mio. € resultiert überwiegend aus der Veränderung der Rücklage für Cashflow hedges, der Rücklage für Unterschiedsbeträge aus Währungsumrechnung und der Rücklage für latente Steuern. Die Anteile anderer Gesellschafter erhöhten sich vor allem aufgrund von Konsolidierungskreisveränderungen um 98,9 Mio. € auf 147,4 Mio. €.

Der Anstieg der langfristigen Schulden resultierte im Wesentlichen aus den sonstigen finanziellen Schulden (294,6 Mio. €) und den Leistungen an Arbeitnehmer (101,9 Mio. €). Die Zunahme der sonstigen finanziellen Schulden ist maßgeblich bedingt durch den Anstieg der Schulden aus Finanzierungs-Leasing, was hauptsächlich auf eine gestiegene Anzahl von Mietverträgen sowie der Verlängerung von Mietvertragslaufzeiten und auf die Erstkonsolidierung der REWE Dortmund SE & Co. KG zurückzuführen ist. Die Leistungen an Arbeitnehmer erhöhten sich insbesondere aufgrund der Erstkonsolidierung der REWE Dortmund SE & Co. KG im Berichtsjahr und dem Erwerb diverser Filialstandorte der Kaiser's Tengelmann-Gruppe. Gegenläufig entwickelten sich die sonstigen Rückstellungen (-24,1 Mio. €). Hier war ein Rückgang der Rückstellungen für drohende Verluste aus belastenden Verträgen im Geschäftsfeld Handel Deutschland zu verzeichnen.

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich hauptsächlich durch den Anstieg der sonstigen finanziellen Schulden (765,3 Mio. €) und der Schulden aus Lieferungen und Leistungen (327,8 Mio. €). Aufgrund der Inanspruchnahme des syndizierten Kredits und einer im Vergleich zum Vorjahr höheren Termin- und Tagesgeldaufnahme stiegen die Schulden gegenüber Kreditinstituten und somit die sonstigen finanzielle Schulden. Der Anstieg der Schulden aus Lieferungen und Leistungen resultierte vornehmlich aus der gestiegenen operativen Tätigkeit und der Erstkonsolidierung der REWE Dortmund SE & Co. KG, Dortmund. Gegenläufig haben sich die sonstigen Rückstellungen (-79,0 Mio. €), die laufenden Ertragsteuerschulden (-71,9 Mio. €) und die Schulden aus den zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen (-31,4 Mio. €) entwickelt.

Ferner bestehen zum Bilanzstichtag Eventualschulden in Höhe von 225,2 Mio. € (Vorjahr: 182,4 Mio. €) und sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 686,1 Mio. € (Vorjahr: 268,2 Mio. €).

Wesentliche Ereignisse nach Ende der Berichtsperiode werden unter Punkt 43 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“ im Anhang des zusammengefassten Abschlusses beschrieben.

4. LEISTUNGSINDIKATOREN

Finanzielle Leistungsindikatoren

Die bedeutsamsten Steuerungskennzahlen der operativen Einheiten der REWE Group sind Umsatz und EBITA. Auf Ebene der Gruppe kommt die Nettoverschuldung hinzu. Über diese Kennzahlen haben wir unter Punkt 2 und 3 berichtet.

Die Kapitalflussrechnung zeigt die Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente abzüglich Kontokorrentkredite im Berichtsjahr. Es wird unterschieden zwischen Veränderungen aus betrieblicher Tätigkeit, aus Investitionstätigkeit und aus Finanzierungstätigkeit.

VERÄNDERUNG DES FINANZMITTELFONDS

in Mio. €	2017	2016
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	575,8	606,5
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	1.300,2	1.735,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-1.903,5	-1.510,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	619,7	-339,0
Cashflow aus fortgeführten Geschäftsbereichen	16,4	-114,3
Cashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	63,5	85,5
Währungskursunterschiede	-4,1	-1,9
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	651,6	575,8
Finanzmittelfonds am Ende der Periode der aufgegebenen Geschäftsbereiche	0,0	2,0
Finanzmittelfonds am Ende der Periode der fortgeführten Geschäftsbereiche	651,6	573,8
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	653,4	615,8
davon Kontokorrentkredite	-1,8	-42,0

Zu weiteren Erläuterungen verweisen wir auf Punkt 38 „Kapitalflussrechnung“ im Anhang des zusammengefassten Abschlusses.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Mitarbeiter

2017 waren im Jahresdurchschnitt 224.931 (Vorjahr: 213.761) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der REWE Group beschäftigt, davon 6.317 (Vorjahr: 5.844) Auszubildende.

Der Anstieg der Mitarbeiteranzahl ist im Wesentlichen auf die erstmalige Berücksichtigung der 2016 erworbenen Supermärkte Nord-Gesellschaften und der zum 1. September 2017 erstmalig vollkonsolidierten REWE Dortmund SE & Co. KG (vergleiche Punkt 4 „Akquisitionen“) zurückzuführen.

Als internationale Handels- und Touristikgruppe sind wir auf qualifizierte Mitarbeiter angewiesen. Damit wir im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter weiterhin als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden, investiert die REWE Group gezielt in ihre gegenwärtigen und zukünftigen Mitarbeiter.

Folgende Handlungsfelder spielen eine zentrale Rolle:

Werte und Kultur

Die REWE Group will ihre Mitarbeiter langfristig binden und ihnen ein motivierendes Umfeld bieten. Dazu gehören faire Arbeitsbedingungen, attraktive Sozialleistungen und Angebote, die den unterschiedlichen Lebensphasen der Mitarbeiter angepasst sind. Faire Arbeitswelten basieren auf der Wertschätzung von Vielfalt und dem Einsatz für Chancengleichheit – für die Unternehmenskultur der REWE Group sind diese Werte zentral. Auch die Wertschätzung der Mitarbeiter durch eine angemessene Entlohnung mit attraktiven Zusatzkomponenten (z. B. unserem Mitarbeiterrabatt) ist wesentlicher Bestandteil eines fairen Arbeitsumfelds.

Ausbildung und Entwicklung

Um die Potenziale und die individuelle Entwicklung der Beschäftigten bestmöglich zu fördern, baut die REWE Group ihre Personalentwicklungsmaßnahmen kontinuierlich aus und bietet allen Mitarbeitern und Führungskräften ein umfangreiches internes Aus- und Weiterbildungsangebot. Das Unternehmen ist dabei bestrebt, möglichst viele Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren und qualifizierte und motivierte Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Auch hier nutzen wir die Chancen der Digitalisierung mit online abrufbaren Lerninhalten für unsere Mitarbeiter in den Zentralstandorten und in den Märkten sowie einer datengestützten Verwaltung der lernenden Mitarbeiter.

Gesundheit und Sicherheit

Betriebliches Gesundheitsmanagement ist für die REWE Group ein wichtiges Element der unternehmensinternen Sozialpolitik. Es trägt dazu bei, die Eigenverantwortung der Mitarbeiter für ihre Gesundheit zu stärken. Gleichzeitig arbeiten wir daran, die Arbeitsbedingungen kontinuierlich zu verbessern. Nach dem Grundsatz „fordern und fördern“ bieten wir unseren Mitarbeitern verschiedene Maßnahmen und Kurse zur Gesundheitsförderung an.

Ob ergonomische Arbeitsplätze oder Unfallprävention – die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter stehen für uns an oberster Stelle. Dabei unterstützen wir die Verantwortlichen bei der Erstellung der Gefährdungsbeurteilungen und beraten bei der Gestaltung von Arbeitsplätzen. Darüber hinaus sind für uns Gewaltprävention (insbesondere die Schulung richtigen Verhaltens bei Raubüberfällen) sowie die Reduzierung von Muskel-Skelett-Belastungen und die Optimierung des Mitarbeiterverhaltens am Arbeitsplatz (z. B. beim Heben, Tragen, Schieben, Sitzen) wichtige Themen. Zudem wird gemeinsam mit dem betriebsärztlichen Dienst das Thema der psychischen Gesundheit intensiv bearbeitet.

Beruf und Lebensphasen

Ob die Pflege von Familienangehörigen oder Kinderbetreuung: Wir unterstützen unsere Mitarbeiter, wenn es um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie geht, mit familienorientierten Serviceangeboten, die zu allen Lebensphasen passen.

Eine familienfreundliche Personalpolitik ist der REWE Group wichtig, um Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. Daher bieten wir beispielsweise in der Zentrale Betriebskindergärten oder in den Regionen Elternservice und Pflegeangebote in Zusammenarbeit mit der awo lifebalance GmbH an. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird für immer mehr Menschen zu einem ausschlaggebenden Faktor bei der Arbeitgeberwahl. Deshalb haben sich viele Bereiche der REWE Group mit dem Audit „berufundfamilie“ zertifizieren lassen. In

der REWE Group kommen zahlreiche Modelle zum Einsatz, die den Mitarbeitern eine individuelle und flexible Gestaltung der Arbeit ermöglichen.

Ob eigene schwere Erkrankung, der Verlust eines geliebten Menschen, ein pflegebedürftiges Familienmitglied oder andere private Sorgen: Persönliche Probleme können sehr belastend sein und dabei einen erheblichen Einfluss auf das Arbeitsleben nehmen. Mit dem Modellprojekt „LoS!“ will die REWE Group Mitarbeiter in kritischen Lebenssituationen schnell und praktisch unterstützen und so ihre Arbeitskraft erhalten.

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist bei der REWE Group sowohl in der Unternehmensstrategie als auch in der Unternehmensorganisation fest verankert. Die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie der gesamten REWE Group liegt beim Vorsitzenden des Vorstands. Mit dem Führungswechsel am 1. Juli 2017 ging daher diese Verantwortung von Alain Caparros auf seinen Nachfolger Lionel Souque über.

Zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie wurden 2008 vier strategische Säulen eingeführt: „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter“ sowie „Gesellschaftliches Engagement“. Innerhalb der Säulen hat das Unternehmen Handlungsfelder definiert, die alle für die REWE Group relevanten Themen abdecken.

Im Jahr 2016 wurde beim Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und bei der DER Touristik ein Strategieprozess implementiert, um die Organisation und die Ausrichtung des Nachhaltigkeitsengagements zu überprüfen sowie bei Bedarf anzupassen. Ziel war es, die Aktivitäten stärker in die bestehenden Geschäftsprozesse der Vertriebslinien zu integrieren, um Nachhaltigkeit noch tiefer im Unternehmen zu verankern. So wurden im Rahmen des Strategieprozesses der DER Touristik folgende fünf Nachhaltigkeitssäulen neu definiert: „Umwelt und Natur“, „Kunden und Produkte“, „Partner in den Ländern“, „Mitarbeiter“ und „Gesellschaft“. Für den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland wurden die vier Nachhaltigkeitssäulen bestätigt und die Handlungsfelder überarbeitet.

a) Grüne Produkte

Ziel der Säule „Grüne Produkte“ ist es, nachhaltigere Sortimente verfügbar zu machen und diese den Konsumenten in den Märkten anzubieten. Zu den Handlungsfeldern der Säule „Grüne Produkte“ gehören daher der „Ausbau nachhaltigerer Sortimente“ und die Forderung nach „Sozialstandards in der Lieferkette“. Des Weiteren werden „Produktqualität und -sicherheit“ sowie „Biodiversität“ adressiert.

Im Rahmen des Strategieprozesses Nachhaltigkeit wurden die Handlungsfelder für den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland neu definiert. Diese lauten nun „Fairness“, „Ernährung“, „Arbeits- und Sozialstandards“ sowie „Tier- und Umweltschutz“.

Mit dem PRO PLANET-Label für Eigenmarken-Produkte, die neben hoher Qualität zusätzlich auch positive ökologische und/oder soziale Eigenschaften aufweisen, dem Ausbau des Bio-Sortiments und des Sortiments regionaler Produkte sowie diversen rohstoffbezogenen Leitlinien verfolgt die REWE Group konsequent ihr Ziel, den Anteil nachhaltigerer Eigenmarken- und Markenprodukte zu steigern.

b) Energie, Klima und Umwelt

In der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ wurden drei Handlungsfelder identifiziert: „Energieeffizienz“, „Klimarelevante Emissionen“ und „Ressourcenschonung“.

Die REWE Group hat das Ziel, die Treibhausgasemissionen je Quadratmeter Verkaufsfläche bis 2022 gegenüber 2006 zu halbieren. Die Klimabilanz von 2016 zeigte, dass bereits eine Reduzierung um 38,7 Prozent erreicht werden konnte. Des Weiteren soll der Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche zwischen 2012 und 2022 um 7,5 Prozent reduziert werden. Die kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen je Quadratmeter Verkaufsfläche sollen zwischen 2012 und 2022 um 35 Prozent verringert werden.

c) Mitarbeiter

Die Zufriedenheit und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter sind zentrale Elemente des strategischen Personalmanagements der REWE Group. Für die Säule Mitarbeiter wurden dementsprechend folgende Handlungsfelder identifiziert: „Faire Arbeitsbedingungen“, „Personalentwicklung“, „Gesundheitsmanagement und Arbeitsschutz“, „Lebensphasenorientierte Personalpolitik“ und „Vielfalt und Chancengleichheit“.

Für den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland wurden die Handlungsfelder im Strategieprozess Nachhaltigkeit 2016 angepasst. Die neuen Handlungsfelder wurden wie folgt definiert: „Werte und Kultur“, „Ausbildung und Entwicklung“, „Gesundheit und Sicherheit“, „Beruf und Lebensphasen“ sowie „Vielfalt und Chancengleichheit“.

In allen Handlungsfeldern werden diverse Maßnahmen umgesetzt, um die Zufriedenheit und das Engagement der Mitarbeiter zu erhöhen. Beispiele sind die Förderung der Mitarbeiter über alle Hierarchieebenen hinweg im Rahmen unserer systematischen Karriere- und Nachfolgeplanung sowie die ständige Weiterentwicklung von Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

d) Gesellschaftliches Engagement

Die REWE Group fühlt sich als große Unternehmensgruppe und in ihrer genossenschaftlichen Tradition dem gesellschaftlichen Engagement verpflichtet und unterstützt zahlreiche nationale und internationale soziale Projekte. Die Handlungsfelder der Säule Gesellschaftliches Engagement lauten „Gesunde Ernährung und Bewegung“, „Chancen für Kinder und Jugendliche“, „Bewusster Umgang mit Lebensmitteln“ und „Artenvielfalt und Umweltschutz“. Zudem wurde für diese Säule folgende Präambel für den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland formuliert: „REWE und PENNY fördern gemeinnützige Organisationen und Projekte sowie Organisationen, die sich für Verbraucheraufklärung einsetzen.“

Ein Engagement von besonderer Bedeutung ist für die REWE Group die Unterstützung der lokalen Tafelinitiativen. So gehört das Unternehmen seit über 18 Jahren zu den Hauptunterstützern der mittlerweile deutschlandweit mehr als 900 Tafeln und des Bundesverbands Deutsche Tafel e.V.

Nachhaltigkeitsaktivitäten

Kern der REWE Group-Nachhaltigkeitsaktivitäten ist die aktive Einbindung und Sensibilisierung aller relevanten Stakeholdergruppen, insbesondere der Konsumenten. Die Vertriebslinien übernehmen die Kundenansprache, indem sie beispielsweise in wöchentlichen Handzetteln, auf ihren Internetseiten oder im Rahmen von Aktionen zum Thema Nachhaltigkeit informieren. Zudem werden auch die Hersteller von Markenprodukten motiviert, ihr Angebot nachhaltiger auszurichten. So unterstützt die REWE Group den Wettbewerb „Deutschlands nachhaltigste Produkte“. Dabei können Verbraucher über ein Online-Voting die Gewinner bestimmen. Diese erhalten den Deutschen Nachhaltigkeitspreis, der im Dezember 2017 gemeinsam mit der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis verliehen wurde.

Um wichtige Themen mit Stakeholdern gezielt zu diskutieren, veranstaltet die REWE Group seit 2010 Dialogforen. Vorträge, Workshops und auch eine Trendausstellung schafften beispielsweise am 15. November 2017 den Rahmen für kreativen Austausch zwischen Führungskräften der REWE Group, Politikern, Vertretern von NGOs und Wissenschaftlern zum Motto „Perspektivwechsel“.

Risiko- und Chancenbericht

Stellenwert des Risikomanagements

Als international tätige Handels- und Touristik-Gruppe sind wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeiten den unterschiedlichsten Risiken mit zum Teil kurzen Reaktionszeiten ausgesetzt.

Risiken sind unsichere unternehmensexterne und -interne Einflussfaktoren, die Erfolgspotenziale (Vermögen, Erfolg und Liquidität) beeinträchtigen und damit die Realisierung geplanter Ziele verhindern oder drohen zu verhindern bzw. die weitere Geschäftsentwicklung negativ beeinflussen können. Chancen sind dagegen unternehmensexterne und -interne Einflussfaktoren, die Erfolgspotenziale (Vermögen, Erfolg und Liquidität) schaffen und damit die geplanten Ziele bzw. die weitere Geschäftsentwicklung positiv beeinflussen.

Mit dem Einsatz eines Group-weiten und einheitlichen Risikomanagements begegnen wir diesem Gefahrenpotenzial erfolgreich und sichern nachhaltig unser Chancenpotenzial. Dabei verstehen wir Risikomanagement als einen kontinuierlichen Prozess, der als regelmäßiger Vorgang in unsere betrieblichen Abläufe fest integriert ist.

Alle Risiken unterliegen bei der REWE Group einer Steuerungspflicht und werden durch operative Maßnahmen in ihrer Auswirkung und Wahrscheinlichkeit begrenzt. Der Umfang des damit verbundenen Handlungsbedarfs und die Einleitung entsprechender Maßnahmen richten sich dabei nach der Dringlichkeit (mögliche Eintrittswahrscheinlichkeit) sowie dem Bedrohungspotenzial (mögliches Schadenspotenzial, ermittelt aus der monetären, reputativen und rechtlichen Auswirkung) des Risikos. Bestehende Handlungsbedarfe dokumentieren und steuern wir in unseren Risikofeldern über Maßnahmenpläne und -termine.

Organisation des Risikomanagements

Die Rahmenbedingungen, Richtlinien und Prozesse für ein konzerneinheitliches Risikomanagement werden zentral durch den Bereich Konzern-Controlling und den Zentralbereich Compliance geschaffen.

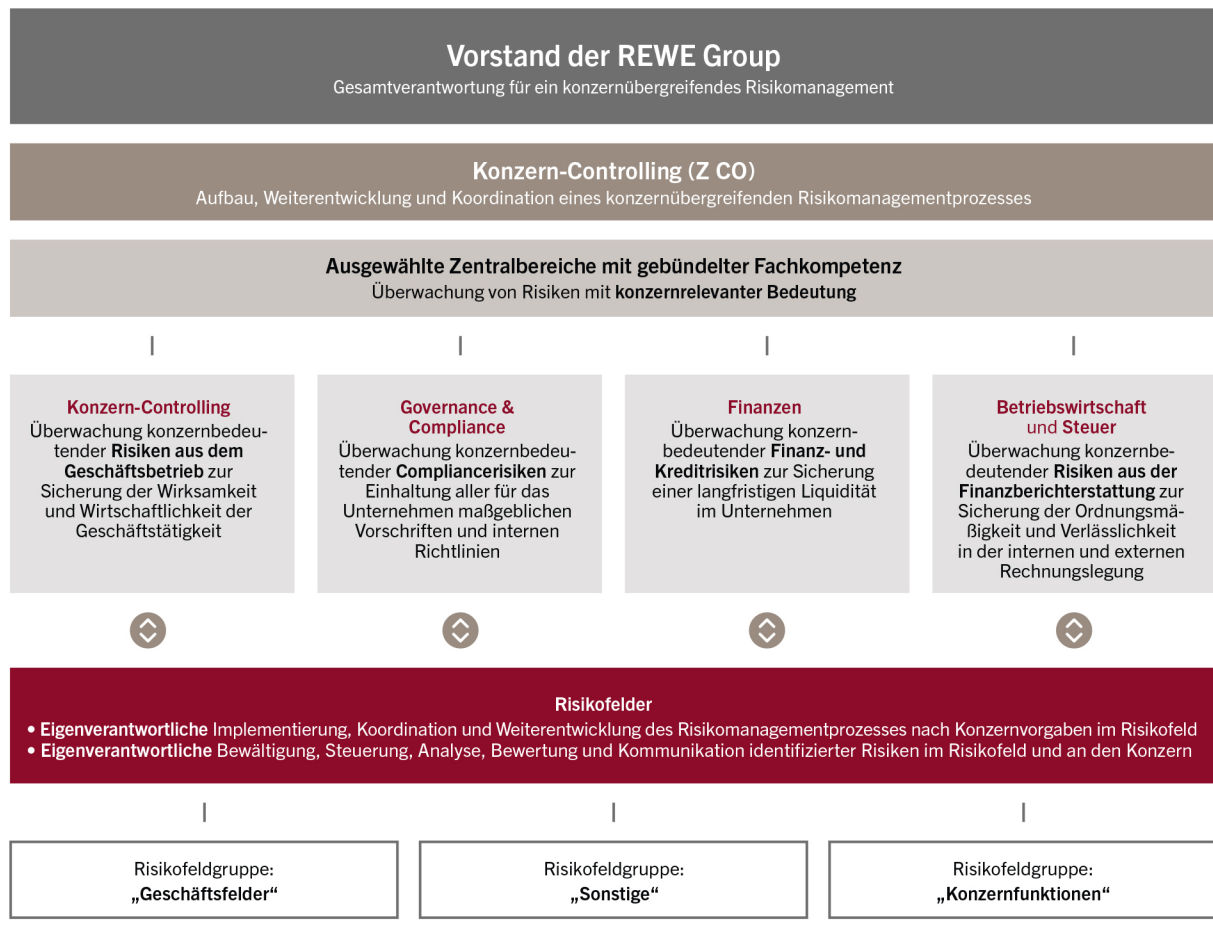
Der Aufbau und der Ablauf des operativen Risikomanagementprozesses werden im Rahmen vorgegebener Richtlinien der Konzerne über definierte Risikofelder in deren Eigenverantwortung dezentral organisiert.

Meldepflichtige Risiken werden in unseren Risikofeldern von definierten Risikoverantwortlichen über einen Bottom-up-Ansatz frühzeitig identifiziert, klassifiziert und konzerneinheitlich bewertet.

Risikochecklisten in Form von Konzernempfehlungen werden von unseren Zentralbereichen erarbeitet und den Risikofeldern regelmäßig zur Unterstützung ihrer Risikoidentifikation und -analyse zur Verfügung gestellt. Dies sichert die Group-weite Berücksichtigung zentralseitig gesehener möglicher Risikoereignisse.

Die Risikoanalyse erstreckt sich auf einen Planungshorizont von drei Jahren, analog dem Zeitraum unserer Mittelfristplanung.

Risiken mit relevanter Bedeutung für die Konzerne werden von ausgewählten Zentralbereichen aufgrund ihrer fachlichen Kompetenz kontrolliert und überwacht. Im Fokus stehen dabei neben operativen Geschäftsrisiken mit wesentlichem Bedrohungspotenzial auch bedeutende Risiken aus den Kategorien Finanzen, Compliance, Steuern und Finanzberichterstattung. Abweichende Risikoeinschätzungen werden von den Zentralbereichen mit den Risikofeldern diskutiert und abgestimmt.



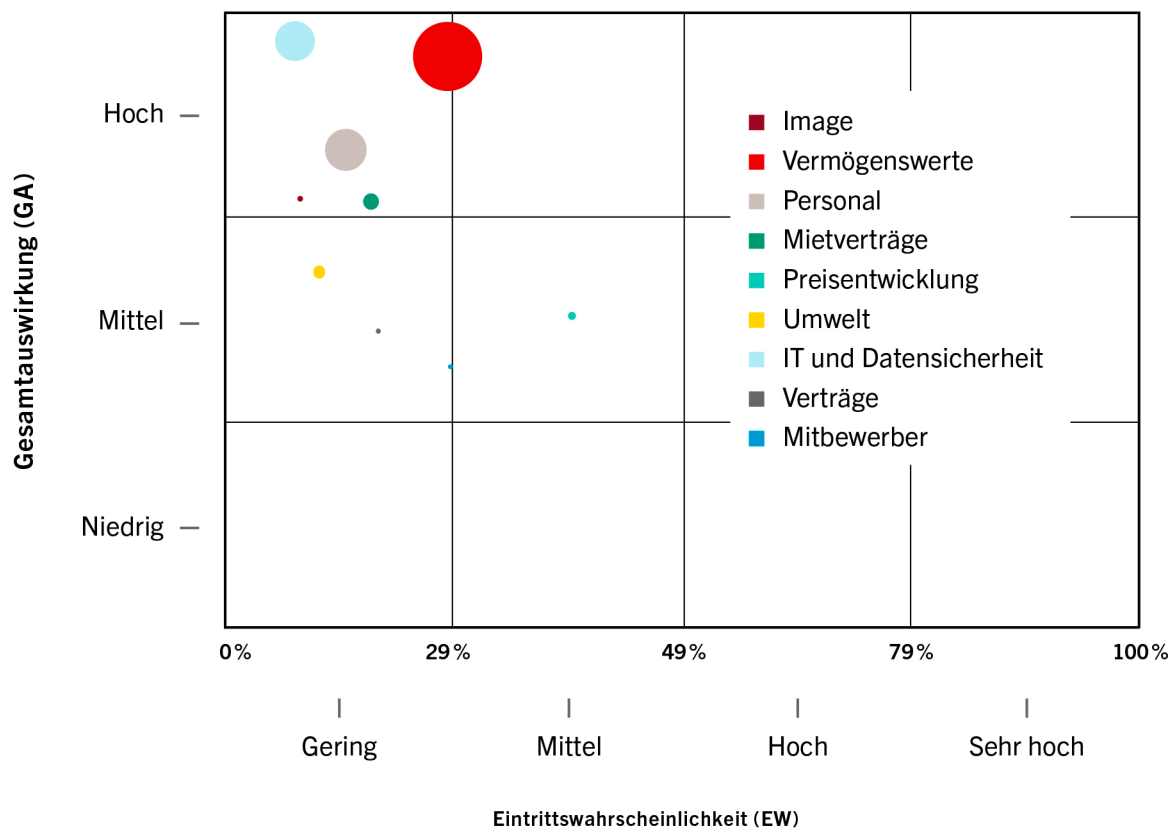
Jährlich werden unsere Führungs- und Aufsichtsgremien über die aktuelle Risikolage der Konzerne in standardisierter Form unterrichtet. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Inventuren stichtagsbezogen melderelevante Einzelrisiken aus den Risikofeldern an die Konzerne. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden anschließend auf Ebene der Konzerne zu Risikoarten aggregiert und gemäß ihrem Bedrohungspotenzial für unsere Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows sowie unsere Reputation bezüglich der Konzernrelevanz als hoch, mittel oder gering klassifiziert (hoch: monetäre Auswirkung im Einzelfall > 100 Mio. € oder erhebliche Bedeutung bzgl. Geschäftstätigkeit, Vermögens-, Finanz-, Ertragslage (VFE-Lage) und Reputation; mittel und gering: allenfalls moderate Bedeutung bzgl. Geschäftstätigkeit, VFE-Lage und Reputation).

Chancen bewerten und steuern wir im Zuge unserer turnusmäßigen operativen und strategischen Planungen. Eine Saldierung von Chancen und Risiken auf Ebene der Konzerne findet nicht statt.

Darüber hinaus wurden verbindliche Regelungen getroffen, nach denen eine direkte Berichterstattung für neu identifizierte, bedeutende Risiken oder für bestehende Risiken mit wesentlichen Auswirkungen, Entwicklungsänderungen und hohen Eintrittswahrscheinlichkeiten in den Risikofeldern an unsere Führungsgremien zu erfolgen hat.

Externe Prüfer und die Konzernrevision begutachten als unabhängige Kontrollinstanzen in regelmäßigen Abständen die Qualität und Funktionsfähigkeit unseres Risikomanagementsystems. Dennoch können wir nicht mit letzter Sicherheit garantieren, dass alle relevanten Risiken frühzeitig erkannt werden und die Kontrollen und Prozesse in gewünschtem Maße funktionieren. Menschliches Fehlverhalten etwa lässt sich nie ganz ausschließen.

RISIKO-PORTFOLIO 2017



Darstellung der Risiken

Die Risikobewertung erfolgt auf der Basis von gegebenen bzw. realistisch anzunehmenden Umständen. Die Veränderung des Risikoumfelds, die Einleitung von Maßnahmen und die Veränderung von Planungsansätzen führen dazu, dass sich das Risiko-Portfolio ändert. Daher sind die Risikoarten Katastrophen und politische Entwicklungen nicht mehr in den Top-Risiken enthalten. Die Risikoart Umwelt ist hinzugekommen.

a) Top Risiken

Bewertungsrisiken

Vermögenswerte

Unerwartete Budget- oder Prognoseabweichungen sowie Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen können dazu führen, dass Vermögenswerte wie Immobilien und Geschäfts- oder Firmenwerte neu bewertet werden müssen. Dies kann die Ergebnisentwicklung der Konzerne wesentlich beeinflussen. Veränderungen der Input-Faktoren können entweder durch Impairmentabschreibungen zu Belastungen oder aber durch Zuschreibungen zu einer Entlastung der Ergebnissituation führen. Regelmäßige Überprüfungen der Werthaltigkeit der Vermögenswerte, die Prüfung und Plausibilisierung der Mittelfristplanungen sowie die Überwachung der laufenden Ergebnis- und Wertentwicklungen geben uns jederzeit ein aktuelles Bild über unser Bewertungsportfolio und über zukünftige Bewertungsrisiken. Notwendige strategische Maßnahmen zur Reduzierung des Wertminderungsrisikos können rechtzeitig getroffen werden.

Mietverträge

Budgetabweichungen können Einfluss auf die Bewertung von Mietverträgen (belastende Verträge) haben. So kann es bei Verschlechterung der Filialergebnisse zu einer erhöhten Risikovorsorge kommen, die die Ergebnisse belastet. Durch die Überwachung der laufenden Ergebnisse und einen regelmäßigen Ergebnis-Forecast kann eventuellen Risiken aus bestehenden Mietverträgen frühzeitig gegengesteuert werden.

Personalrisiken

Durch die Dominanz der Personalkosten im Handelsbereich stehen vor allem auch Personalkostenrisiken im Fokus der Risikoberichterstattung. Die Entwicklung der Tarife und der Lohnnebenkosten sowie die Verfügbarkeit von Arbeitskräften sind daher von großer Bedeutung. Auch die Risiken im Zusammenhang mit Fremddienstleistungen und Werkverträgen nehmen an Bedeutung zu. Um sicherzustellen, dass freie Stellen zügig und mit geeigneten Kandidaten besetzt werden, ist ein optimaler Recruitingprozess unabdingbar. Sollten die Kostenentwicklungen über den uns bisher bekannten bzw. erwarteten Entwicklungen liegen, führt dies zu einer verstärkten Belastung der Filialergebnisse und kann somit die Ergebnisentwicklung der REWE Group nachhaltig belasten. Durch die ständige Überprüfung unserer Prozesse sowie die Optimierung unserer Abläufe können Kostensteigerungen zum Teil kompensiert werden. Dies setzt ein straffes und konsequentes Kostenmanagement voraus.

IT und Datensicherheit

Aufgrund der hohen Abhängigkeit der Handels- und Touristikprozesse von IT-Systemen einschließlich der gespeicherten Informationen stellt die Sicherheit dieser Systeme ein wichtiges Fundament für den Erfolg des Unternehmens dar. Durch hohe Aufwendungen und Investitionen in die Sicherheit und Leistungsbereitschaft der Systeme sowie die laufende Kontrolle wichtiger Prozesse sollen die Risikolücken geschlossen werden. Durch das Einführen neuer und aktueller Technologien wird die Sicherheit der Daten gewährleistet und somit ein möglicher Missbrauch auf ein Minimum reduziert. Das Dokumentieren von Prozessen, das Festlegen von Regelungen und Anweisungen sowie die Absicherung durch Verträge sind Basis für die Sicherheit der IT-Prozesse und -Systeme.

Trotz notwendiger Sicherungsmaßnahmen ist ein Restrisiko nicht ganz auszuschließen.

Umwelt

Veränderungen des Klimas und atypische Wetterentwicklungen führen bei Saisonartikeln zu stärkeren Abverkaufsschwankungen. Länger anhaltende Schlechtwetterperioden im Sommer können sich negativ auf die relevanten Warengruppen auswirken und einen wesentlichen Einfluss auf die Ertragslage haben. Eine höhere Bestandsentwicklung durch geringere Abverkäufe steigert das Risiko eines zusätzlichen Abwertungsbedarfs.

Positive Wetterverläufe bieten aber auch die Chance einer wesentlich besseren Umsatzentwicklung in den relevanten Warengruppen und können somit auch die Ertragslage verbessern.

Preisentwicklungsrisiken

Eine Verschärfung der Wettbewerbssituation kann die Preisentwicklung negativ beeinflussen und ist durch Maßnahmen nur schwer aufzufangen. Negative Preisentwicklungen belasten die Umsatz- und Rohertragsentwicklung nachhaltig und führen zu Ergebnisabschmelzungen. Verschärft wird die Situation durch die Markenartikellistung der Discounter. Da es sich bei diesen im Wesentlichen um umsatzstarke Artikel handelt, wirken sich nachhaltige Preissenkungen bei diesen Artikeln wesentlich auf die Rohertragsentwicklung aus.

Veränderungen der Rahmenbedingungen, wie die Erhöhung von Verbrauch- oder Umsatzsteuern, können einen wesentlichen Einfluss auf die Preisentwicklung nehmen und somit direkt oder indirekt Auswirkungen auf die Entwicklung der Ertragslage haben. Auch Preisveränderungen auf den Beschaffungsmärkten können die Rohertragssituation wesentlich beeinflussen.

Durch ein Wettbewerbs- und Preis-Monitoring sind wir in der Lage, auf Preisanpassungen kurzfristig zu reagieren und uns auf die neue Preissituation einzustellen. Innovative Produkte und Marken sowie wettbewerbsfähige Kostenstrukturen helfen uns, Rohertragsabschmelzungen aufzufangen bzw. zu reduzieren.

Image

Bei einer fehlerhaften Kommunikation mit Kunden und Stakeholdern, vor allem beim Thema Nachhaltigkeit, kann es zu Image-Risiken des Unternehmens kommen. Da die REWE Group im Bereich der Nachhaltigkeit eine führende Rolle einnimmt, spielt die richtige und transparente Kommunikation z. B. bei Produkt- und Mitarbeiterthemen eine wichtige Rolle. Aufgrund der hohen Nachhaltigkeitsanforderungen und einer ständigen Beobachtung durch die Stakeholder kann eine fehlerhafte Kommunikation wesentliche negative Auswirkungen bei Kunden und Stakeholdern hervorrufen.

Die Nachhaltigkeitskommunikation unterliegt daher einer sorgfältigen Prüfung und wird durch die erforderlichen Fachbereiche durchgeführt. Kampagnen werden zentral durch die Marktforschung begleitet. Zur Prüfung von Kommunikationsmitteln und -aussagen wurde eine Clearing-Stelle aufgebaut.

Verträge

Durch die unsichere und nicht eindeutige Rechtslage in einigen Ländern, vor allem in Osteuropa, kann es zu Risiken insbesondere bei Miet- und Lizenzverträgen kommen. Dies kann dazu führen, dass der Betrieb von Märkten oder der Verkauf von Artikeln eingeschränkt bzw. nicht mehr möglich wird und somit Ertragsrück-

gänge entstehen können. Um dieses Risiko so gering wie möglich zu halten, führen wir detaillierte und umfangreiche Prüfungen der Verträge durch.

Mitbewerber

Die allgemeine Wettbewerbsentwicklung im Lebensmittelhandel führt weiterhin zu einem Druck auf die Preise und somit auf die Rotherträge.

Durch die verstärkten Markenartikellistungen bei den Discountern erhöht sich der Druck auf die Preisentwicklung in den Märkten und kann durch den entstehenden Rothertragsdruck zu einer wesentlichen Beeinflussung der Ertragslage führen.

Für ein Handelsunternehmen ist es wichtig, Markttrends frühzeitig zu erkennen und Differenzierungsmerkmale zum Wettbewerb durch neue Marktkonzepte zu erarbeiten. Die Veränderung der Lebensgewohnheiten der Kunden beeinflusst ihr Einkaufsverhalten und damit die Ansprüche an den Markt. Daher ist es wichtig, frühzeitig Trends und Verhaltensänderungen zu kennen, um den Kunden die Marktkonzepte zu bieten, die ihren Ansprüchen gerecht werden. Wenn Trends bzw. Marktveränderungen zu spät erkannt werden, kommt es vor allem in den gesättigten Märkten zu einem langfristigen Wettbewerbsnachteil und somit zu Umsatz- und Ertragseinbußen.

Für den stationären Handel sowie für die Touristik stellt das wachsende Online-Geschäft neue zu bewältigende Herausforderungen dar. Die zunehmenden Aktivitäten im Onlinehandel werden zu einer Veränderung in der Handelslandschaft führen. Daher ist es besonders wichtig, diese Entwicklung intensiv zu beobachten und sie aktiv zu begleiten. So hat die REWE Group einen eigenen Zentralbereich für die Koordination der Online-Aktivitäten eingerichtet und ihre Online-Aktivitäten vor allem im Deutschen LEH weiterhin verstärkt. Es ist geplant, das Segment weiter auszubauen und eine führende Rolle im deutschen LEH im Online-Geschäft zu schaffen. Durch die verstärkten Aktivitäten und die Bündelung der Koordination der Online-Aktivitäten an zentraler Stelle sollen Trends frühzeitig erkannt und Online-Aktivitäten zielgerichtet gesteuert und forciert werden.

Ständige Weiterentwicklungen der Markt-Konzepte und Sortimente führen dazu, dass Innovationen frühzeitig erkannt und umgesetzt werden müssen. Um Trends und Neuheiten nicht zu verpassen, führen wir eine ständige Beobachtung unserer Wettbewerber und der Märkte durch. Somit sind wir in der Lage, Trends und Veränderungen frühzeitig zu erkennen und umzusetzen.

b) Sonstige Risiken

Finanzwirtschaftliche Risiken

Die Konzerne sind durch ihre Geschäftstätigkeit verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, insbesondere dem Liquiditätsrisiko, dem Zinsrisiko, dem Fremdwährungsrisiko und dem Rohstoffrisiko (Jet Fuel). Die Liquiditäts-, Zins- und Fremdwährungsrisiken werden gemäß der Finanzrahmenrichtlinie systematisch gesteuert. Die finanziellen Risiken werden in enger Zusammenarbeit mit den operativen Einheiten identifiziert, bewertet und abgesichert. Über die Risikopolitik und Risikostrategie berät und entscheidet ein zentrales Treasury Committee. Darüber hinaus existieren Treasury Committees auf Ebene der Geschäftsfelder. Die Handlungsrahmen, die Verantwortlichkeiten, die finanzwirtschaftliche Berichterstattung und die Kontrollmechanismen für Finanzinstrumente sind in Richtlinien detailliert festgelegt. Insbesondere gehört hierzu eine klare Funktionstrennung zwischen Handel und Abwicklung.

Das übergreifende Management finanzwirtschaftlicher Risiken ist auf die Unvorhersehbarkeit der Entwicklungen auf den Finanzmärkten fokussiert und zielt darauf ab, negative Auswirkungen auf die Finanzlage zu minimieren. Hierbei hat die Risikobegrenzung generell Vorrang vor Rentabilitätsaspekten.

Zins- und Fremdwährungsrisiken werden entsprechend der Finanzrahmenrichtlinie mithilfe eines Treasury-Management-Systems stets auf einen festgelegten Rahmen beschränkt. Zur Absicherung von Risiken werden auch derivative Finanzinstrumente eingesetzt, deren Einsatz vom Treasury Committee koordiniert wird.

Als Finanzinstrumente werden Darlehen sowie Fest- und Tagesgelder eingesetzt.

Im Zuge des Liquiditätsmanagements wird sichergestellt, dass die einbezogenen Unternehmen jederzeit über die REWE International Finance B.V., Venlo (Niederlande; im Weiteren kurz: RIF), durch ausreichend ungenutzte Kreditlinien über genügend Liquidität verfügen, sodass auch dann keine Liquiditätsrisiken bestehen, wenn unerwartet auftretende Ereignisse negative finanzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Liquiditätslage haben.

Geplante Bedarfe an Jet Fuel der 2015 erworbenen Nova Airlines AB werden in Abstimmung mit den Verantwortlichen innerhalb der DER Touristik durch derivative Finanzinstrumente mit Laufzeiten bis zu 18 Monaten abgesichert.

Rechtliche Risiken

Die REWE Group ist als international tätiges Unternehmen mit Veränderungen des Gesetzesrahmens für ihre unternehmerischen Aktivitäten sowie Rechtsstreitigkeiten und behördlichen Verfahren konfrontiert, die zum Teil erhebliche Auswirkungen auf die Geschäfte der Gruppe haben können. Ein Team von Rechtsexperten beobachtet solche Veränderungen fortlaufend und koordiniert wichtige rechtliche Schritte der Gruppe.

Zur Sicherstellung der Einhaltung von gesetzlichen und unternehmensinternen Vorgaben wurde in der REWE Group im Jahr 2010 ein Compliance-Management-System (CMS) implementiert. Das CMS wird seitdem fortlaufend weiterentwickelt und umfasst insbesondere präventive Maßnahmen zur Vermeidung von Compliance-Risiken mit dem Fokus auf Kartell- und Korruptionsrisiken. Die dezentral strukturierte Compliance-Organisation verfügt über eine direkte Anbindung zum Vorstandsvorsitzenden.

Das Compliance-Programm wurde auch 2017 weiter ausgebaut. Das Projekt „Zertifizierung des Compliance-Management-Systems“ der REWE Group nach dem IDW Prüfungsstandard PS 980 wurde 2017 mit der Phase I, „Prüfung der Konzeption des CMS in der REWE Group“, erfolgreich abgeschlossen. Damit wurde die Konzeption des Compliance-Management-Systems konzernweit festgeschrieben und im Ergebnis ohne Einschränkung durch die prüfende externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG bestätigt. Mit der Projektphase II, der Prüfung zur „Angemessenheit des CMS“ nach IDW Prüfungsstandard PS 980, wurde Mitte 2017 begonnen. Diesbezüglich wurden und werden weiterhin Compliance-relevante Prozessabläufe optimiert und sowohl inhaltlich als auch systemtechnisch angepasst. Des Weiteren wurden erneut zahlreiche Präsenzs Schulungen und Workshops durchgeführt, in denen den Mitarbeitern auch fachspezifisch ein Compliance-konformes Verhalten vermittelt wurde. Darüber hinaus wurde das Schulungsprogramm erweitert. Zu den bereits bestehenden interaktiven Online-Schulungen wurden 2017 umfangreiche Präsenzs Schulungen zum Thema Kartellrecht durchgeführt. Zusätzlich wurde die Compliance-Organisation auf die aktuellen Konzernstrukturen angepasst bzw. erweitert, um einer angemessenen Compliance-Organisation und -Funktion Rechnung tragen zu können. Auch das Angebot einer individuellen Compliance-Beratung wurde sowohl von den Führungskräften als auch von den

Mitarbeitern genutzt. Das ebenfalls seit Beginn 2016 im Verantwortungsbereich des Zentralbereichs Compliance liegende Richtlinienmanagement der REWE Group konnte im Rahmen des Group-weiten Projekts zur Reorganisation des Richtlinienmanagements 2017 erfolgreich abgeschlossen werden. Fortlaufend werden konzernrelevante Richtlinien auf die neue Systematik und in das eigens dafür geschaffene national und international gültige IT-System überführt.

Wesentliche und aktuelle Compliance-Informationen stehen den Mitarbeitern grundsätzlich in unserem Intranet zur Verfügung. Dort wird auch das Hinweismanagementsystem der REWE Group vorgestellt und die Kontaktdaten für eine Hinweismeldung veröffentlicht. Wesentliche Informationen zum CMS sowie der Verhaltenskodex der REWE Group sind darüber hinaus auch auf den Internetseiten der REWE Group verfügbar.

Mit Entscheidung vom 2. Februar 2017 hat die EU-Kommission ein förmliches Verfahren gegen die größten europäischen Reiseveranstalter aus Anlass von Verdachtsmomenten auf Quellmarktbeschränkungen eingeleitet, in die auch Unternehmen der Konzerne einbezogen waren. Der Ausgang dieser Ermittlungen ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur schwer einschätzbar.

Steuerrisiken

Steuerliche Risiken ergeben sich insbesondere aus laufenden und noch ausstehenden Betriebsprüfungen. Diese und mögliche rechtliche Risiken werden grundsätzlich durch die Bildung von Rückstellungen bzw. durch eine Wertberichtigung von Ansprüchen bilanziell berücksichtigt. Steuerliche Risiken werden durch die intensive Betreuung und Information der operativen Bereiche durch ausgebildete Steuerexperten, die Einbindung dieser Experten in Veränderungsprojekte und Vertragsangelegenheiten und durch das interne Kontrollsystem vermindert.

Aufgrund eines Urteils des Bundesfinanzhofs aus 2017, das einer Verwaltungsauffassung der Finanzverwaltung entgegensteht, besteht für das Geschäftsjahr 2017 das Risiko der Nicht-Anerkennung der ertragsteuerlichen Organschaft mit einer Tochtergesellschaft. Hieraus könnten Steuernachzahlungen entstehen. Das Risiko wird als sehr gering eingeschätzt.

Gesellschaftspolitische Risiken

Als international tätige Unternehmensgruppe ist die REWE Group von der politischen und wirtschaftlichen Situation in den Ländern, in denen sie tätig ist, abhängig. Die Rahmenbedingungen der einzelnen Länder können sich schnell ändern. Wechsel oder Instabilität der politischen Führung, Streiks, Unruhen, Anschläge, Embargos oder die Veränderung von Vorschriften, Gesetzen oder Abgaben können zu Risiken führen.

Die Entwicklung der gesellschaftspolitischen Risiken in den für uns relevanten Ländern beobachten wir stetig. Vor allem die derzeitige politische Entwicklung in der Türkei und in den Ländern der arabischen Welt sowie die damit einhergehende Unsicherheit für unsere Märkte in den Zielgebieten und für die europäische Wirtschaft beobachten wir ebenso wie die Entwicklung in der Ukraine sehr genau.

Auch die aktuell angespannte Situation in Europa, die intensiven Diskussionen zur Einwanderungs- und Asylpolitik und die unterschiedlichen Auffassungen der einzelnen Mitgliedstaaten zur Europapolitik verfolgen wir sehr gezielt. Risiken oder Chancen, die sich aus der gesellschaftlichen und politischen Situation ergeben, werden wir genau analysieren und, wenn notwendig, Maßnahmen einleiten.

Darstellung der Chancen

Markt und Kunde

Die REWE Group ist in den Ländern West- und Osteuropas mit erfolgreichen Marken und Vertriebsstrategien vertreten. Durch die Weiterentwicklung innovativer Vertriebskonzepte und die konsequente Ausrichtung des Handels auf die Bedürfnisse der Kunden kann die REWE Group ihre Chancen im Markt nutzen.

Hierbei steht der Kunde im Mittelpunkt des Handelns. Durch den Ausbau der Sortimente an regionalen und nachhaltigen Produkten übernimmt die REWE Group eine Vorreiterrolle im Lebensmittelhandel, die zu einer deutlichen Differenzierung von den Wettbewerbern führt.

Im internationalen Geschäft steht die REWE Group für starke Marken wie BILLA, MERKUR, BIPA und PENNY, die einen hohen Bekanntheitsgrad haben. Unsere Stärke ist ein landesspezifisches und innovatives Sortiment, das es ständig zu verbessern und auszubauen gilt. Verbesserungen im Bereich Qualität und Frische führen zu einer positiven Kundenwahrnehmung und verstärken unsere Position im Wettbewerb.

Durch Investitionen in ein modernes und flächendeckendes Filialnetz und das Fokussieren auf starke Marken und Vertriebskonzepte sind wir in der Lage, unseren Marktanteil zu verbessern.

Durch den verstärkten Ausbau unseres Touristikgeschäfts können wir unsere starke Position im europäischen Markt behaupten und ausbauen. Der Ausbau der Wertschöpfungskette und die Expansion in zusätzliche Quellmärkte führen zu zusätzlichen Wertbeiträgen und erhöhen das Potenzial, Chancen im Markt zu realisieren.

Durch den weiteren Ausbau unserer Online-Aktivitäten wollen wir weiterhin die Chancen nutzen, vom Wachstum des Onlinehandels bzw. Online-Geschäfts zu profitieren. Gleichzeitig können wir unsere Marktposition durch eine sinnvolle Verknüpfung unserer starken stationären Handelsaktivitäten und Dienstleistungsaktivitäten in der Touristik weiter ausbauen.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die wirtschaftlichen Entwicklungen der letzten Jahre haben die Ergebnisse vor allem in Osteuropa wesentlich belastet. Die zurzeit positiven wirtschaftlichen Entwicklungen in Westeuropa fördern auch das wirtschaftliche Klima in Osteuropa. Sollte die positive Entwicklung in Westeuropa weiterhin anhalten, wird die Ausstrahlung dieser Entwicklung auch für positive Rahmenbedingungen in Osteuropa sorgen.

Preise

Der vorherrschende starke Wettbewerb im Lebensmittelhandel und die anhaltenden Preiskämpfe sowie die verstärkte Markenartikellistung im Discountbereich belasten die Margen des Lebensmittelhandels stark. Sollten die Preiskämpfe und der Wettbewerbsdruck abnehmen bzw. sich entspannen, kann dies zu steigenden Umsätzen und Margen und somit zu einer positiven Entwicklung der Roherträge führen.

Der Erfolg unserer Handelsunternehmen ist in erheblichem Maße von den Einkaufspreisen abhängig. Um den wachsenden Herausforderungen des Wettbewerbs im Handel und der zunehmenden Internationalisierung des Lebensmitteleinzelhandels gerecht zu werden, haben wir in der Vergangenheit eine Einkaufsgesellschaft mit E. Leclerc in Brüssel gegründet.

Weiterhin besteht mit weiteren europäischen Handelsunternehmen die strategische Allianz COOPERNIC. Durch den gemeinsamen Einkauf und die Konditionenverhandlungen können wir dem Risiko der Einkaufspreisvolatilität entgegenwirken und internationale Einkaufspotenziale heben.

Kosten

Kontinuierliche Prozess- und Kostenoptimierungen führen zu Produktivitätsverbesserungen, die sich positiv auf die Kosten und somit auf das Ergebnis auswirken.

Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung

Aufgrund unserer Tätigkeit im Handels- und Touristikbereich sind wir in besonderem Maße von der Konsumgüternachfrage und den Wettbewerbsverhältnissen abhängig. Die letzten Jahre haben gezeigt, dass die wirtschaftliche Entwicklung in den Ländern West-, Süd- und Osteuropas sehr starken Einfluss auf die Kaufkraft und somit auf die Konsumgüternachfrage hat. Auch wenn der Lebensmittelhandel nicht so stark von der Konjunkturkrise betroffen ist wie andere Handelsbereiche, so zeigt sich doch bei einer Verschlechterung der Rahmenbedingungen ein negativer Einfluss auf den Unternehmenserfolg.

Bei einer wesentlichen Verschlechterung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und einer Verschärfung der politischen und wirtschaftlichen Situation der führenden Nationen in Amerika, Asien und Europa werden die Risikopotenziale stark ansteigen. Auch die Entwicklung innerhalb der Europäischen Union und die Diskussion um deren Zukunft können zu einem erhöhten Risikopotenzial führen. Im Geschäftsfeld Touristik ist das Buchungsverhalten der Kunden wesentlich durch wirtschaftliche Rahmenbedingungen und externe Faktoren beeinflusst. Politische Ereignisse, Naturkatastrophen, Epidemien oder terroristische Anschläge beeinflussen die Nachfrage nach Reisen in bestimmte Zielgebiete. Die Marktrisiken nehmen durch den Eintritt weiterer Marktteilnehmer und neuer Geschäftsmodelle zu.

Insgesamt sind dennoch keine Risiken erkennbar, deren Eintritt den Fortbestand der Konzerne gefährden könnte.

Prognosebericht

1. KÜNFTIGE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Der Prognosebericht berücksichtigt die zum Zeitpunkt der Berichterstellung bekannten relevanten Fakten und Ereignisse, die die zukünftige Geschäftsentwicklung beeinflussen können. Die Prognosen basieren im Wesentlichen auf den Analysen des International Monetary Fund (IMF) und der Gemeinschaftsdiagnose.

PROGNOSE DER WIRTSCHAFTSDATEN DER REWE GROUP-LÄNDER

in Prozent ¹	BIP		Inflation		Arbeitslosigkeit	
	2017e	2018e	2017e	2018e	2017e	2018e
Deutschland	2,5	2,3	1,6	1,6	3,6	3,3
Österreich	2,3	1,9	2,0	1,8	5,4	5,1
Tschechien	3,5	2,6	2,4	2,1	3,0	2,7
Italien	1,6	1,4	1,4	1,2	11,2	10,9
Ungarn	3,2	3,4	2,5	2,8	4,2	4,0
Russland	1,8	1,7	4,2	3,9	5,5	5,5
Rumänien	5,5	4,4	1,0	2,5	5,2	5,1
Slowakei	3,3	3,7	1,3	1,7	7,8	7,0
Bulgarien	3,6	3,2	1,2	1,6	6,1	5,5
Schweiz	1,0	1,3	0,5	0,6	3,0	3,0
Großbritannien	1,7	1,5	2,6	2,5	4,4	4,6
Schweden	3,1	2,4	2,0	1,8	6,8	6,5
Norwegen	1,4	1,6	2,1	2,0	4,0	3,8
Dänemark	1,9	1,8	1,1	1,6	5,8	5,6
Ukraine	2,0	3,2	12,8	10,0	9,5	9,3
Kroatien	2,9	2,7	1,3	1,6	10,8	9,9

Quellen: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database Oktober 2017, Update Januar 2018; Gemeinschaftsdiagnose (Herbst 2017)
e = erwartet; ¹ BIP-Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent

Deutschland wird 2018 erneut ein hohes Wachstum ausweisen. Bei einer Inflationserwartung auf Höhe des Vorjahres und einer stabilen Kaufkraft bleiben, zusätzlich zur erwarteten positiven Entwicklung der Weltwirtschaft, der private Konsum und das Baugewerbe die Treiber der Konjunktur. Bei einer stabilen Arbeitsmarktentwicklung und einer weiter sinkenden Arbeitslosenquote sind aber keine wesentlichen zusätzlichen wirtschaftlichen Impulse zu erwarten. Unsicher ist, wie sich die zukünftige Wirtschaftspolitik der USA auf die Entwicklung der Weltwirtschaft auswirken wird.

Für **Österreich** erwarten wir ein geringeres Wachstum als in Deutschland. Die Wirtschaft in Österreich wird, wie in Deutschland, vor allem durch die inländische Nachfrage und die gute internationale Konjunktur getrieben. Der private Konsum stützt die Konjunktur, hat aber durch die stabilen Realeinkommen keine wesentliche Schubkraft. Die Arbeitslosenquote wird sich auf 5,1 Prozent verbessern. Die Verbraucherpreise werden 2018 leicht unter den Werten von 2017 liegen, da weder von der Rohstoffpreis- noch von der Lohnstückkostenentwicklung besonderer Preisdruck ausgeht.

Die konjunkturelle Entwicklung in **Italien** zeigt 2018 mit 1,4 Prozent eine leicht rückläufige Tendenz und bleibt hinter der europäischen Entwicklung zurück. Eine Zunahme der Inlandsnachfrage sowie die gute konjunkturelle internationale Entwicklung schaffen aber gute Voraussetzungen für eine zukünftige positivere Entwicklung. Ein wesentliches Risiko für die weitere Entwicklung bleibt die nach wie vor hohe Staatsverschuldung.

Die Konjunktur in den **osteuropäischen** Ländern, in denen die REWE Group vertreten ist, wird sich künftig auf einem hohen Niveau stabil entwickeln. Der positive Verlauf wird durch die Inlandsnachfrage gestärkt. Steigende Investitionen sowie ein zum Teil deutlicher Aufschwung im Bausektor unterstützen die Entwicklung. Die Arbeitsmarktzahlen verbessern sich weiterhin und die Beschäftigung nimmt zu. Aufgrund der positiven Entwicklung bei der Beschäftigung kommt es in einigen Ländern zu einem vermehrten Fachkräftemangel.

Das Wirtschaftswachstum der **Schweiz** wird sich 2018 gegenüber 2017 leicht verbessern, mit 1,3 Prozent aber immer noch unterhalb des Niveaus von Deutschland liegen. Positiv auf die Entwicklung wirken sich die private und die staatliche Konsumnachfrage aus. Ein steigender Kaufkraftgewinn durch geringe Preisentwicklungen trägt zusätzlich zu der positiven Wirtschaftsentwicklung bei.

Die wirtschaftliche Entwicklung in **Großbritannien** ist vor allem durch die Unsicherheiten des bevorstehenden „Brexit“ geprägt. Grundsätzlich geht man für 2018 von fallenden Wachstumsraten gegenüber 2017 aus. Es herrscht nach wie vor eine große Ungewissheit über die zukünftige Entwicklung des Landes, vor allem in Bezug auf die Verhandlungsergebnisse mit der Europäischen Union.

In **Skandinavien** gehen wir für 2018 grundsätzlich weiterhin von einer stabilen Wachstumsgeschwindigkeit aus. Für Norwegen erwarten wir eine leicht bessere Entwicklung als 2017. Schweden und Dänemark werden sich mit 2,4 Prozent und 1,8 Prozent unter dem Vorjahr entwickeln. Die optimistische Einschätzung der Konsumenten und der Industrie wirkt nach wie vor als treibende Kraft auf die Konjunktur.

2. ERWARTETE UMSATZ- UND EBITA-ENTWICKLUNG

Für das Jahr 2018 plant die REWE Group leicht steigende Umsätze, die durch ein verstärktes Wachstum aufgrund von Expansion und durch die positive Entwicklung auf bestehender Fläche geprägt sind. Die geplante Ergebnisentwicklung wird 2018 vor allem durch Integrations- und Umbaukosten der Akquisitionen des Vorjahres sowie durch verstärkte Investitionen in das Online- und das stationäre Geschäft beeinflusst. Der weiterhin verschärfte Wettbewerbs- und Preisdruck belasten die zukünftige Ergebnisentwicklung.

Handel Deutschland

In der Sparte **REWE** stehen 2018 die Ausweitung des Lieferservices sowie die Stärkung der Preis- und Leistungswahrnehmung im stationären Geschäft im Vordergrund. Investitionen in das bestehende Ladennetz, die Integration der übernommenen ehemaligen Kaiser's Tengelmann-Märkte und der Gesellschaften der Supermärkte Nord sowie das vollkonsolidierte Gemeinschaftsunternehmen mit der REWE Dortmund führen zu einer Steigerung der Umsätze, belasten aber in den Integrations- und Umbaujahren das Ergebnis.

Für die Sparte **PENNY** erwarten wir eine fortgesetzt positive Umsatzentwicklung. Maßgeblich hierfür ist die weitere Investition in das bestehende Ladennetz, die Optimierung der Sortimente sowie eine steigende Filialanzahl. Umsatzreduzierend wirken sich die verschärfte Wettbewerbssituation und der daraus resultierende hohe Preisdruck aus. Der verstärkte Preisdruck, Investitionen in das Ladennetz sowie Projekte zur Optimierung der Sortimente und der Kundenbindung belasten das prognostizierte Ergebnis 2018 gegenüber dem Jahr 2017, sichern aber langfristig die Wettbewerbsfähigkeit.

Handel International

Im **Vollsortiment Österreich** und **CEE** wird 2018 ein leicht steigender Umsatz gegenüber 2017 erwartet. Die durchgeführten und noch geplanten Modernisierungen führen weiterhin zu einem Umsatz- und Ergebniswachstum. Die Repositionierung von BIPA Österreich läuft plankonform, belastet jedoch auch 2018 die Entwicklungen bei Umsatz und Ertrag. Sie bildet aber die Grundlage für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit in einem starken Umfeld. Auch in Osteuropa wird durch eine verstärkte Expansion mit steigenden Umsätzen und stabilen Ergebnissen gerechnet. Die Situationen in Russland und der Ukraine bleiben auch künftig herausfordernd.

Bei **Penny International** wird ein steigender Umsatz gegenüber 2017 erwartet. Dies ist vor allem auf die positive Entwicklung bestehender Flächen sowie auf die weitere Expansion zurückzuführen. Die positive Umsatz- und Rohertragsentwicklung wirkt sich positiv auf die Ertragslage aus, wird aber durch verstärkte Kostensteigerungen zum großen Teil wieder kompensiert. Aufgrund verschiedener Projektaktivitäten, der Expansion in die Infrastruktur sowie der geplanten Kostensteigerung wird das geplante Ergebnis unterhalb des Jahres 2017 liegen.

Touristik

Die **Touristik** plant nach der erfolgreichen Integration der Kuoni-Aktivitäten in 2017 ein deutliches Umsatzplus und eine Ergebnissteigerung für 2018. Die Weiterentwicklung der touristischen Aktivitäten steht weiterhin im Mittelpunkt des Handelns.

Fachmarkt National

Der **Fachmarkt National** geht von einer leichten Verbesserung der Umsatzsituation aus und plant bei steigenden Umsätzen ein leicht rückläufiges Ergebnis. Die Weiterentwicklung der Online-Aktivitäten in Verbindung mit dem stationären Geschäft steht zukünftig im Fokus des Handelns.

Gesamtaussage der Unternehmensleitung zur Umsatz-, EBITA- und Verschuldungsentwicklung

Für das Geschäftsjahr 2018 erwarten wir für die Geschäftseinheiten weiterhin leicht steigende Umsätze bei einem leicht steigenden Preisniveau. Weitere Expansionen und Umbauaktivitäten werden langfristig die Umsatzentwicklung stützen.

Die Entwicklung des EBITA der Konzerne wird durch die Integration der Supermärkte Nord sowie die übernommenen Märkte der ehemaligen Kaiser's Tengelmann-Gruppe beeinflusst.

Trotz der zurückhaltenden Preisentwicklung sowie der verstärkten Aktivitäten im nationalen und internationalen Online-Geschäft erwarten wir für 2018 ein leicht höheres EBITA als in 2017.

Als Resultat der hohen Investitionen wird die Nettoverschuldung der Gruppe bis zum Jahresende 2018 stark anwachsen. Dafür ist im Rahmen der aktuellen Kreditlinien ausreichend Vorsorge getroffen worden.

Köln, den 23. März 2018