

Köln, 24. Mai 2011

Geschäftsjahr 2010: REWE Group steigert Umsatz auf 53 Milliarden Euro**Umsatzplus von 5 Prozent in den ersten vier Monaten 2011**

- **Rekordumsatz in Deutschland mit 36,5 Milliarden Euro (+4,2%)**
- **Umsatz im Ausland steigt um 3,5 Prozent auf 16,6 Milliarden Euro**
- **Mitarbeiteranzahl wächst um 3,1 Prozent auf 336.000**
- **Anzahl der Auszubildenden steigt um 3,6 Prozent auf 7.560**
- **Selbständiger Einzelhandel in Deutschland wächst um 6 Prozent**
- **REWE-Konzern mit Umsatzplus von 3,4 Prozent auf 39 Milliarden Euro**
- **Discount mit Umsatzplus von 0,3 Prozent auf über 10 Milliarden Euro**
- **Vollsortiment National wächst um 6,5 Prozent auf 14,5 Milliarden Euro**
- **Vollsortiment International legt um 1,2 Prozent auf 9 Milliarden Euro zu**
- **Fachmarkt National steigert Umsatz auf 2,5 Milliarden Euro (+5,6%)**
- **Touristik: Fakturierter Umsatz steigt um 4,3 Prozent auf 4,3 Milliarden Euro**
- **REWE-Konzern wächst im 1. Terial 2011 beim Umsatz um 5 Prozent**

Die REWE Group hat mit einem Gesamtaußenumsatz von über 53 Milliarden Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 den höchsten Umsatz in der über 80-jährigen Firmengeschichte erwirtschaftet. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Plus von 4 Prozent. Während die Einzelhandelsbranche in Deutschland lediglich um knapp 2 Prozent zulegte, wuchs die genossenschaftliche Unternehmensgruppe auf ihrem Heimatmarkt um 4,2 Prozent auf 36,5 Milliarden Euro. Das Kölner Handels- und Touristikunternehmen konnte sich damit erneut deutlich besser als der Gesamtmarkt entwickeln. Im Ausland wuchsen die Umsätze um 3,5 Prozent auf 16,6 Milliarden Euro.

„Die REWE Group hat im Jahr 2010 ihre operative Leistungsstärke erneut eindrucksvoll bewiesen. Wir haben damit unsere Position als eines der führenden Handels- und Touristikunternehmen in Deutschland und Europa kräftig untermauert. Der kritische Optimismus, mit dem wir das Geschäftsjahr 2010 geplant hatten, wurde insgesamt bestätigt. Auch unter herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen überzeugen wir mit

unseren Vertriebsformaten, Produkten und Services unsere Kunden im In- und Ausland und gewinnen neue hinzu. Das ist die sehr solide Basis für unser profitables Wachstum im vergangenen Geschäftsjahr und in Zukunft“, sagte Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group, auf der heutigen (24.5.) Bilanzpressekonferenz in Köln.

Die Anzahl der in Deutschland und 15 weiteren Ländern unter dem Dach der Gruppe belieferten Märkte ist mit 15.571 im Vergleich zu 2009 nahezu unverändert (+0,8%). Gleiches gilt für Deutschland: Dort umfasst das Ladennetz 10.899 Märkte (+0,1%).

Die Mitarbeiteranzahl in Europa wuchs im Vergleich zu 2009 um 3,1 Prozent auf 335.992, davon 224.039 in Deutschland (+2,2%) und 111.953 im Ausland (+4,9%). Damit ist die REWE Group einer der größten Arbeitgeber Europas. Das Unternehmen engagiert sich auch stark für die Ausbildung junger Menschen: 2010 absolvierten allein in Deutschland 7.562 Berufseinsteiger eine Ausbildung bei dem Handels- und Touristikkonzern – das entspricht einem Plus von 3,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Ebenfalls deutlich besser als die Branche entwickelte sich der selbständige Einzelhandel unter dem Dach der REWE Group. Sein Umsatz stieg in Europa um 5,6 Prozent auf 9,4 Milliarden Euro. Die Anzahl der belieferten Märkte in Europa nahm leicht auf 6.132 Standorte ab (-0,5%). In Deutschland steigerten die Selbständigen den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr noch stärker, nämlich um 6 Prozent auf rund 9 Milliarden Euro. Die Anzahl der belieferten Märkte lag mit 5.592 in etwa auf dem Niveau von 2009 (-0,1%).

„Die selbständigen Kaufleute sind das Herz der genossenschaftlichen REWE Group. Unsere Partnerkaufleute sind sehr erfolgreich aufgrund ihrer beeindruckenden Leistungsstärke, Innovationskraft und vor allem Kundennähe. Deshalb konnten sie sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis im Geschäftsjahr 2010 deutlich zulegen“, so Alain Caparros.

Der REWE-Konzern – ohne Berücksichtigung der At-Equity-Gesellschaften, Beteiligungen und des selbständigen Einzelhandels – erwirtschaftete 2010 ein Umsatzplus von 3,4 Prozent auf rund 39 Milliarden Euro.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf Anlagevermögen und Firmenwerte (EBITDA) des REWE-Konzerns im Geschäftsjahr 2010 betrug rund 1,3 Milliarden Euro.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen (EBITA) inklusive aufgegebenen Geschäftsbereiche belief sich auf 514 Millionen Euro.

Das EBITA des fortgeführten Geschäfts betrug 502 Millionen Euro. In diesem EBITA sind

gemäß den Rechnungslegungsvorschriften IFRS nicht cash-wirksame Rückstellungen für belastende Verträge und sogenannte Asset Impairments in Höhe von 136 Millionen Euro berücksichtigt. Ohne diese Sondereinflüsse liegt das EBITA bei 638 Millionen Euro.

Der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit lag bei rund 953 Millionen Euro und damit unter dem Vorjahreswert (-2,5%). Insgesamt hat die REWE Group im vergangenen Jahr 1,2 Milliarden Euro für Sachanlagen und Akquisitionen investiert.

„Auch 2010 sind wir unserer konservativen Finanzierungsstrategie treu geblieben. Der Erfolg dieser Strategie spiegelt sich nicht zuletzt in der bilanziellen Situation unseres Konzerns wider. Das Eigenkapital erhöhte sich im vergangenen Jahr um beinahe elf Prozent von 4 Milliarden Euro auf 4,4 Milliarden Euro. Die Eigenkapitalquote stieg damit von 26 Prozent auf 28 Prozent. Das ist in unserer Branche ein sehr solides Niveau“, sagte Norbert Fiebig, Finanz- und Touristikvorstand der REWE Group.

Geschäftsfeld Discount

PENNY entwickelte sich in einem insgesamt herausfordernden Wettbewerbsumfeld im Auslandsgeschäft deutlich besser als in Deutschland. Die 3.668 Filialen (+2,2%) in Deutschland, Italien, Österreich, Ungarn, Tschechien, Rumänien und Bulgarien erreichten insgesamt einen Umsatz von 10,3 Milliarden Euro (+0,3%). Die Anzahl der Mitarbeiter in Europa stieg auf 43.773.

In Deutschland erzielten die 2.401 Filialen (+0,7%) Umsatzerlöse von 6,9 Milliarden Euro und lagen damit 1,2 Prozent unter dem Vorjahreswert. Die Anzahl der Mitarbeiter erhöhte sich auf 27.235.

Außerhalb Deutschlands ist PENNY in Italien, Österreich, Ungarn, Tschechien, Rumänien und Bulgarien aktiv. Die 16.538 Mitarbeiter erzielten in 1.267 Märkten (+5,3%) einen Umsatz von 3,4 Milliarden Euro (+3,5%). Tschechien ist mit einem Umsatz von über einer Milliarde Euro der größte Auslandsmarkt von PENNY. Dort ist PENNY unverändert Discount-Marktführer.

Geschäftsfeld Vollsortiment National

Das Vollsortiment National (REWE, toom Verbrauchermarkt, nahkauf, TEMMA) erzielte ein Umsatzplus von 6,5 Prozent auf 14,5 Milliarden Euro. Damit ist es erneut das umsatzstärkste Geschäftsfeld der REWE Group. Für das Vollsortiment National arbeiteten im vergangenen Jahr in 1.827 Filialen (+1,3%) 68.523 Beschäftigte. Das Umsatzplus im Vollsortiment National beruht maßgeblich auf dem starken Wachstum auf bestehender Fläche durch strategische und konzeptionelle Weiterentwicklungen – darüber hinaus auch auf den Akquisitionen von Sky-, Delhaize- und Tengemann-Märkten.

Besonders erfreulich entwickelte sich das Geschäft der REWE-Supermärkte in Deutschland mit einem Umsatzplus von 7,9 Prozent inklusive Akquisitionen und Expansion – flächenbereinigt liegt das Wachstum bei 3,7 Prozent.

Geschäftsfeld Vollsortiment International

Im Geschäftsfeld Vollsortiment International stieg der Umsatz um 1,2 Prozent auf 9 Milliarden Euro. Diesen erwirtschafteten insgesamt 67.632 Mitarbeiter in 2.527 Märkten (+3,1%).

Entscheidend beigetragen zum internationalen Erfolg der REWE Group hat das Vollsortiment in Österreich. Die 1.719 Märkte (+1,4%) erzielten einen Umsatz von rund 4,9 Milliarden Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 5,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und unterstreicht erneut Österreichs Rolle als starker zweiter Heimatmarkt der REWE Group. Mit einer Umsatzsteigerung von 3,8 Prozent auf 598 Millionen Euro im Jahr 2010 ist BIPA weiterhin österreichischer Marktführer im Drogeriefachhandel. In 571 Shops (+0,5%) bietet die Vertriebslinie ihren Kunden in Österreich mehr als 8.500 Marken-Artikel an.

Neben Österreich trugen auch die Märkte in Mittel- und Osteuropa zum Wachstum der REWE Group bei. Dort stieg der Umsatz um 3,9 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro. Damit konnte das Vollsortiment International trotz der herausfordernden Wirtschaftslage das Potenzial in diesen Märkten weiter ausschöpfen. Mit dem Umsatzanstieg ging auch eine Filialexpansion in den mittel- und osteuropäischen Ländern einher. Das Standortnetz wuchs auf 588 Märkte (+9,1%). Die Anzahl der Beschäftigten stieg auf 25.943 Mitarbeiter.

Besonders erfreulich entwickelte sich das Geschäft in Russland. Der Umsatz wuchs dort um 34,3 Prozent auf 381 Millionen Euro. Am zweitstärksten wuchs BILLA in der Ukraine mit einem Plus von 25,2 Prozent, der Umsatz stieg auf 86 Millionen Euro. Mit einem Umsatz von 798 Millionen Euro war Tschechien auch im Jahr 2010 wieder größter Vollsortiments-Markt der REWE Group. Die Filialzahl stieg in Tschechien im vergangenen Jahr auf 200 Märkte (+2,0%).

Geschäftsfeld Fachmarkt National

Die Fachmärkte der REWE Group – toom Baumarkt, B1 Baumarkt Discount und ProMarkt – blicken auf ein Geschäftsjahr mit erfreulichem Umsatzwachstum zurück. Mit einem Zuwachs von 5,6 Prozent steigerte die Fachmarktsparte ihren Umsatz von 2,4 Milliarden Euro (2009) auf 2,5 Milliarden Euro. Die Entwicklung belegt, dass der jeweils eingeschlagene strategische Kurs richtig ist. Dazu zählen bei ProMarkt der Start des Multi-Channel-Vertriebskonzepts und bei toom Baumarkt die Konzentration auf das klassische Baumarktgeschäft sowie die Einführung der Spätöffnung bis 22 Uhr an Freitagen.

toom Baumarkt erwirtschaftete inklusive des Großhandelsumsatzes einen Umsatz von 1,9 Milliarden Euro, das entspricht einem Umsatzplus von 3,9 Prozent. In den deutschlandweit 316

(-2,2%) Filialen beschäftigte toom Baumarkt 12.620 Mitarbeiter. Die 52 selbstständigen Partner- und Franchise-Märkte erzielten einen Umsatz von 261 Millionen Euro.

ProMarkt verzeichnete 2010 ein Umsatzplus von 11,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt wurden Umsatzerlöse in Höhe von 613 Millionen Euro erwirtschaftet. Der Elektronikfachmarkt eröffnete 2010 seine 70. Filiale (+1,4%) und beschäftigte 1.954 Mitarbeiter.

Geschäftsfeld B2B

Die REWE Group trennte sich im Januar 2011 von ihrem 50-prozentigen Anteil am B2B-Joint Venture transGourmet Holding SE Für die REWE Group bedeutet die strategische Verkaufsentscheidung die Fokussierung auf die zwei Kerngeschäfte Einzelhandel und Touristik. Das Joint Venture transGourmet Holding SE steigerte 2010 seinen Umsatz um 6,7 Prozent auf 6,2 Milliarden Euro. Mit 22.510 Mitarbeitern in den Segmenten Cash & Carry und Foodservice ist transGourmet die Nummer zwei im Abhol- und Belieferungsgroßhandel in Europa. FEGRO/SELGROS ist mit 78 Cash&Carry-Märkten in Deutschland, Polen, Rumänien und Russland vertreten. Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 8,9 Prozent von 2,8 Milliarden Euro auf 3,0 Milliarden Euro. Der Umsatz inklusive der Schweizer Cash&Carry-Märkte stieg im Vergleich zum Vorjahr um 9,3 Prozent von 3,5 Milliarden Euro auf 3,9 Milliarden Euro. Die Anzahl der Beschäftigten ist mit 15.193 nahezu konstant. Der Foodservice ist außer in Deutschland auch in Frankreich und der Schweiz als der führende Zustellspezialist für Gastronomie, Hotel und Kantinenbetreiber aktiv. Der Umsatz des Foodservices stieg um 3,0 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro.

Geschäftsfeld Touristik

Über 6 Millionen Urlauber verreisten 2010 mit einem der drei Pauschalreiseveranstalter ITS, JAHN REISEN und TJAEREBORG oder mit den Individual- und Fernreiseveranstaltern DERTOUR, MEIER'S WELTREISEN und ADAC REISEN. Trotz Griechenlandkrise und Aschewolke steigerten die Unternehmen der Touristik der REWE Group ihren fakturierten Umsatz um 4,3 Prozent auf 4,3 Milliarden Euro.

Die Pauschaltouristik mit den Veranstaltern ITS, JAHN REISEN und TJAEREBORG verzeichnete ein deutliches Gästeplus. Das spiegelt sich in einem Umsatzanstieg von 2,1 Prozent wider. Stärkster Umsatztreiber war die Bausteintouristik. Hier führten insbesondere Zuwächse in den Hauptzielgebieten, der weitere Ausbau der Reiseziele in der Mittelmeer-Region sowie eine generell verstärkte Nachfrage nach Fernreisen zu einem eindrucksvollen Umsatzplus von 7,2 Prozent. Hinzu kamen positive Sondereffekte durch Reisen zur Fußballweltmeisterschaft nach Südafrika und zu den Olympischen Spielen nach Vancouver.

Ausblick

Die REWE Group ist erfolgreich in das Jahr 2011 gestartet: Von Januar bis April erzielte der REWE-Konzern im Vergleich zum Vorjahr ein Umsatzplus von 5 Prozent.

„Zur positiven Umsatzentwicklung in Deutschland hat sicherlich das grundsätzlich robuste Konsumklima beigetragen. Auf der anderen Seite spüren die Verbraucher sehr deutlich, dass steigende Kosten zum Beispiel für Energie und Kraftstoffe die Budgets der privaten Haushalte belasten. Daher wird 2011 kein Selbstläufer für die REWE Group. Doch wir stellen uns diesen Herausforderungen mit der kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer Vertriebsformate, Eigenmarken und Services sowie mit vielen innovativen Ideen, um die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden optimal zu erfüllen“, erklärte Caparros. Mit Investitionen in Höhe von 1,3 Milliarden Euro (2010: 1,2 Mrd. Euro) wird die REWE Group auch im Geschäftsjahr 2011 ihr profitables Wachstum im In- und Ausland weiter vorantreiben. Im Mittelpunkt stehen dabei die Modernisierung und Verdichtung der Vertriebsnetze. Insgesamt plant die REWE Group in diesem Jahr die Neueröffnung von mehr als 350 Märkten im In- und Ausland.

Für Rückfragen:

REWE Group-Unternehmenskommunikation:

E-Mail: presse@rewe-group.com; Tel.: 0221-149-1050