

**SENDESPERRFRIST: 22. Mai 2012, 10:30 Uhr**

Köln, 22. Mai 2012

**REWE Group steigert 2011 Umsatz auf mehr als 48 Milliarden Euro****Dynamisch in 2012 gestartet: Umsatzplus von 5,1 Prozent im 1. Quartal**

- **Umsatz in Deutschland um 3,2 Prozent auf rund 35 Milliarden Euro gesteigert**
- **Umsatz im Ausland wuchs um 3,6 Prozent auf 13,5 Milliarden Euro**
- **Anzahl der Mitarbeiter stieg um 3,0 Prozent auf 323.000 Beschäftigte**
- **Filialnetz um 1,1 Prozent auf 15.700 Märkte verdichtet**
- **Selbständiger Einzelhandel bei rund 10 Milliarden Euro Umsatz (+6,1%)**
- **REWE-Partnerkaufleute mit Umsatzplus von über 11 Prozent**
- **REWE-Konzern mit Umsatzrekord von mehr als 40 Milliarden Euro**
- **Discount mit Umsatzplus von 3,6 Prozent auf 10,3 Milliarden Euro**
- **Vollsortiment National mit 15,2 Milliarden Euro (+6,9%) stärkstes Geschäftsfeld**
- **Vollsortiment International wächst um 2,5 Prozent auf rund 9 Milliarden Euro**
- **Fachmarkt National mit 2,5 Milliarden Euro konstant (+0,3%)**
- **Touristik im Aufwind: Plus 5,1 Prozent bei fakturiertem Umsatz (4,6 Milliarden Euro)**
- **Investitionen steigen 2012 auf 1,4 Milliarden Euro**

Die REWE Group hat ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit auch 2011 im In- und Ausland eindrucksvoll bewiesen: Bereinigt um das im vergangenen Jahr veräußerte B2B-Geschäft stieg der Gesamtaußenumsatz um 3,3 Prozent auf 48,4 Milliarden Euro. In Deutschland wuchs die REWE Group mit einem Plus von 3,2 Prozent auf 34,9 Milliarden Euro erneut deutlich schneller als die Branche. Obwohl die Folgen der Wirtschaftskrise unverändert auf den meisten osteuropäischen Ländern lasten, steigerte die Unternehmensgruppe ihren Umsatz im Ausland um 3,6 Prozent auf 13,5 Milliarden Euro. Der Auslandsanteil am Umsatz liegt damit unverändert bei rund einem Drittel.

„Die REWE Group hat das Geschäftsjahr 2011 mit Rekordumsätzen abgeschlossen. Trotz einer anhaltend harten Wettbewerbssituation haben sich unsere Unternehmen sowohl im Einzelhandel als auch in der Touristik hervorragend entwickelt. Alle Geschäftsfelder der REWE Group national und international haben zu diesem Umsatzwachstum beigetragen. Das belegt

zum einen, dass wir unsere zahlreichen Akquisitionen der zurückliegenden Jahre erfolgreich integriert haben. Zum anderen wachsen wir organisch aus eigener Kraft mit konsequent kundenorientierten Vertriebsformaten und nicht zuletzt durch viele Innovationen. Die REWE Group hat die wirtschaftliche Stärke und Profitabilität, die Herausforderungen im Discountsegment zu bewältigen und gleichzeitig in die Modernisierung anderer Geschäftseinheiten zu investieren“, sagte Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group, auf der heutigen (22.05.) Bilanzpressekonferenz in Köln.

Die Anzahl der in Deutschland und zwölf weiteren Ländern belieferten Märkte wuchs mit plus 1,1 Prozent moderat auf 15.700 Standorte. Deutschland entwickelte sich vergleichbar: Dort betreibt die REWE Group 11.000 Märkte (+1,0%).

Die Mitarbeiterzahl in Europa wurde im Vergleich zu 2010 um drei Prozent auf 323.000 erhöht, davon 222.000 in Deutschland (+2,6%) und 101.000 im Ausland (+3,9%). Damit hat die REWE Group als einer der größten Arbeitgeber Europas 2011 knapp 10.000 Stellen neu geschaffen. Die Übernahme wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Verantwortung spiegelt sich auch in der hohen Zahl der Auszubildenden wider. Allein in Deutschland absolvierten 7.400 junge Menschen eine Ausbildung in einem der mehr als 20 verschiedenen Berufsbilder, die der Handels- und Touristikkonzern bietet.

Für die selbständigen REWE-Partnerkaufleute war 2011 eines der besten Jahre der jüngsten Vergangenheit – sie erwirtschafteten ein Umsatzplus von 11,3 Prozent. „Die selbständigen Kaufleute sind neben unseren Supermarktfilialen der Hauptwachstumstreiber der REWE. Tag für Tag beweisen sie ihre Kompetenz in der Zusammenstellung der Sortimente, ihre Freundlichkeit im Umgang mit den Kunden, ihre Innovationskraft durch neue Konzepte und ihre gesellschaftlich-ökologische Verantwortung bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie“, so Alain Caparros. Selbständigkeit unter dem Dach der REWE Group sei attraktiver und perspektivenreicher denn je, resümierte der Vorstandsvorsitzende.

Der REWE-Konzern – ohne Berücksichtigung der At-Equity-Gesellschaften, Beteiligungen und des selbständigen Einzelhandels – erwirtschaftete 2011 einen Umsatzrekord von 40,3 Milliarden Euro (+3,4%).

Das EBITA vor Einmalbelastungen des REWE-Konzerns belief sich im Geschäftsjahr 2011 auf 592,5 Millionen Euro – nach 649,5 Millionen Euro im Jahr 2010. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf Anlagevermögen und Firmenwerte (EBITDA) inklusive des nicht fortgeführten Geschäfts lag 2011 bei 1,2 Milliarden Euro nach 1,3 Milliarden Euro in 2010.

Die solide Entwicklung des Cash Flows aus betrieblicher Tätigkeit belegt, dass der REWE-Konzern unverändert einen hohen Zahlungsmittelüberschuss aus seinem operativen Geschäft erwirtschaftet. 2011 betrug der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit 925 Millionen Euro und lag damit etwa auf dem Niveau des Vorjahreswerts.

Die Investitionen wurden im Vergleich zum Vorjahr um 33 Millionen auf 1,2 Milliarden Euro gesteigert. Zugleich ist es der REWE Group gelungen, die Verschuldung signifikant zu verringern. Im Jahr 2011 betrug die Schuldentilgung 1,3 Milliarden Euro. Die Netto-Finanzschulden des REWE-Konzerns sind damit seit 2008 um fast 2 Milliarden Euro von 2,52 Milliarden Euro auf 661 Millionen Euro im Jahr 2011 zurückgeführt worden.

Das Eigenkapital des REWE-Konzerns erreichte mit 4,7 Milliarden Euro im zurückliegenden Geschäftsjahr einen neuen Höchststand. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich damit von 28 Prozent auf 31 Prozent.

„2011 war für uns ein Jahr des konsequenten Schuldenabbaus und der Risikovorsorge. Wir sind exzellent gerüstet für alle Chancen und Opportunitäten, die sich uns in Zukunft in Deutschland und Europa bieten“, sagte Caparros. „Wir wollen und werden die Möglichkeiten zum Wachstum durch Akquisitionen gezielt nutzen, wenn sie zu unserer Strategie und unserem Portfolio passen.“

### **Geschäftsfeld Discount**

Die rund 3.700 PENNY-Filialen in Deutschland, Bulgarien, Italien, Österreich, Rumänien, Ungarn und Tschechien steigerten ihren Umsatz um 3,6 Prozent auf 10,3 Milliarden Euro. Zu dieser erfreulichen Entwicklung trugen sowohl die inländischen als auch die Filialen außerhalb Deutschlands bei. PENNY konnte in Deutschland eine Umsatzsteigerung um 1,9 Prozent von 6,5 Milliarden Euro auf 6,7 Milliarden Euro erzielen. Gründe dafür sind die Mitte 2011 eingeleiteten strategischen Veränderungen zur Neuausrichtung. Sehr dynamisch entwickelte sich PENNY in den sechs ausländischen Märkten mit einem Umsatz von 3,7 Milliarden Euro. Das entspricht einer Steigerung um 6,8 Prozent. Tschechien ist mit einem Umsatz von über 1,1 Milliarden Euro (+6,6%) nach wie vor der größte Auslandsmarkt.

### **Geschäftsfeld Vollsortiment National**

Mit einem Umsatzzanstieg von 6,9 Prozent entwickelte sich das Geschäftsfeld Vollsortiment National (REWE, toom Verbrauchermarkt) zum zweiten Mal in Folge erheblich besser als der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland, der im Jahr 2011 einen Anstieg von lediglich 2,4 Prozent verzeichnen konnte. Mit 15,2 Milliarden Euro (2010: 14,2 Milliarden Euro) erzielte das Geschäftsfeld erneut einen Rekordumsatz. Einen maßgeblichen Beitrag dazu leisteten die

REWE Supermarkt-Filialen mit einem Umsatzplus von 9,7 Prozent auf 13,2 Milliarden Euro. Damit bleibt das Vollsortiment National die umsatzstärkste Geschäftseinheit der REWE Group. Treiber des Erfolges sind hohe Innovationskraft, ein konsequent kundenorientiertes Formatportfolio und die kontinuierliche Verbesserung der Kosten und Prozesse.

### **Geschäftsfeld Vollsortiment International**

Das Geschäftsfeld Vollsortiment International (BILLA, MERKUR, BIPA) umfasst die Aktivitäten der REWE Group in Österreich und Italien sowie Mittel- und Osteuropa. Im Vergleich zum Vorjahr wurde eine Umsatzsteigerung von 2,5 Prozent auf 8,9 Milliarden Euro erwirtschaftet. In Österreich ist das Vollsortiment deutlich stärker gewachsen als der Gesamtmarkt und hat die Position als Marktführer weiter ausbauen können. Die Geschäftseinheit erwirtschaftete einen Umsatz von 4,9 Milliarden Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 4,6 Prozent. Der Umsatz in Mittel- und Osteuropa konnte um 3,2 Prozent auf insgesamt 2,4 Milliarden Euro gesteigert werden. Der wachstumsstärkste Auslandsmarkt ist weiterhin Russland. Dort stieg der Umsatz um 14,6 Prozent auf 436 Millionen Euro.

### **Geschäftsfeld Fachmarkt National**

Die Fachmärkte der REWE Group (toom Baumarkt, B1 Baumarkt Discount und ProMarkt) entwickelten sich analog zum jeweiligen Branchentrend. Insgesamt lagen die Umsätze mit 2,5 Milliarden Euro (+0,3%) leicht über dem Vorjahresniveau. Während sich ProMarkt mit einem Minus von 3,8 Prozent auf 590 Millionen Euro nicht dem Negativtrend der Unterhaltungselektronik entziehen konnte, steigerten die Baumärkte ihre Umsätze um 1,7 Prozent auf 1,9 Milliarden Euro. Bei toom Baumarkt führten insbesondere die vielfältigen Maßnahmen zur Rückorientierung auf das klassische Baumarktgeschäft und die Spätöffnung an Freitagen zu diesem erfreulichen Umsatzwachstum.

### **Geschäftsfeld Touristik**

Die Touristiksparte der REWE Group hat ihre Marktstellung 2011 weiter ausgebaut. Trotz Buchungsrückgängen für die Zielmärkte Ägypten und Tunesien steigerte Deutschlands zweitgrößter Reisekonzern seinen fakturierten Umsatz um 5,1 Prozent auf 4,6 Milliarden Euro. 2011 verreisten über sechs Millionen Urlauber mit einem der drei Pauschalreiseveranstalter ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg oder mit den Individual- und Fernreiseveranstaltern Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen.

## **Ausblick**

Im ersten Quartal ist der REWE-Konzern erfolgreich in das Geschäftsjahr 2012 gestartet.

„Im 1. Quartal 2012 hat der REWE-Konzern insgesamt ein starkes Umsatzplus von 5,1 Prozent erreicht. In Deutschland stieg der Umsatz des Konzerns um 4,9 Prozent. Auf vergleichbarer Fläche – like for like – erwirtschafteten die REWE-Supermärkte von Januar bis einschließlich März ein Umsatzplus von 7,1 Prozent. Im Ausland erwirtschaftete der REWE-Konzern im 1. Quartal ein Umsatzwachstum von 5,4 Prozent. Im zweiten Kerngeschäft, der Touristik, stieg der Umsatz in den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahres um rund 3 Prozent“, sagte Caparros.

„Der Schwerpunkt unseres Wachstumskurses wird weiterhin auf organischer Expansion und kontinuierlicher Modernisierung unserer Vertriebsnetze im In- und Ausland liegen. Unsere Investitionen werden wir im Jahr 2012 gegenüber dem Vorjahr nochmals steigern, nämlich von 1,2 auf 1,4 Milliarden Euro. Mit dieser Steigerung unserer Investitionen unterstreichen wir mit Nachdruck, dass wir die Kraft haben, einen Turnaround wie PENNY in Deutschland zu stemmen und zugleich die erfolgreiche Entwicklung unserer Wachstums-Sparten mit unverminderter Dynamik voranzutreiben“, so der Vorstandsvorsitzende der REWE Group.

### **Für Rückfragen:**

REWE Group-Unternehmenskommunikation:

Tel.: 0221-149-1050; E-Mail: [presse@rewe-group.com](mailto:presse@rewe-group.com)