

**REWE-ZENTRALFINANZ EG, KÖLN**

# **KONZERNLAGEBERICHT**

**FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019**

## **INHALTSVERZEICHNIS**

<b>KONZERNSTRUKTUR</b>	<b>3</b>
<b>WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN</b>	<b>6</b>
1. Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	6
2. Branchenentwicklung	9
<b>DARSTELLUNG DER LAGE</b>	<b>12</b>
1. Vergleich der im Vorjahr berichteten Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung	12
2. Ertragslage	13
3. Finanz- und Vermögenslage	17
4. Leistungsindikatoren	21
<b>RISIKO- UND CHANCENBERICHT</b>	<b>27</b>
<b>PROGNOSEBERICHT</b>	<b>38</b>
1. Künftige gesamtwirtschaftliche Entwicklung	38
2. Erwartete Umsatz- und EBITA-Entwicklung	41

# Konzernstruktur






Die REWE-ZENTRALFINANZ eG, Köln, (RZF) bildet gemeinsam mit ihren Tochterunternehmen die REWE Group, eine international tätige Unternehmensgruppe im Handels- und Touristikbereich.

Der Konzern umfasst zum 31. Dezember 2019 neben dem Mutterunternehmen RZF 266 (Vorjahr: 245) inländische und 149 (Vorjahr: 149) ausländische Tochterunternehmen.

Mit Wirkung zum 1. Mai 2019 übernahm die RZF mit Ausnahme von acht Aktien sämtliche vinkulierten Aktien der Aktionäre der RZAG. Die RZF hält nach Übertragung der Aktien eine Mehrheitsbeteiligung in Höhe von 99,9995 Prozent an der RZAG. Die verbleibenden acht Aktien wird die RZF voraussichtlich im Laufe des Jahres 2020 erwerben.

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

## Geschäftsfelder

HANDEL DEUTSCHLAND		HANDEL INTERNATIONAL
		
BAUMARKT	TOURISTIK	SONSTIGE
		

Das Geschäftsfeld **Handel Deutschland** umfasst die Sparten REWE, Penny Deutschland und Handel Deutschland Zentralgesellschaften.

Die Sparte REWE ist sowohl im Einzel- als auch im Großhandel tätig. So werden unter den Marken REWE, REWE CITY, REWE CENTER und REWE To Go 1.760 Super- und Verbrauchermärkte betrieben. Im Großhandelsgeschäft werden 2.690 REWE- und REWE Dortmund-Partner, REWE Dortmund Filialen sowie nahkauf-Märkte und andere Großkunden beliefert. Über den REWE Liefer- und Paketservice via REWE.de ist REWE zudem im Online-Geschäft aktiv.

In der Sparte Penny Deutschland werden unter der Vertriebsmarke PENNY 2.169 Discountmärkte betrieben.

Die Sparte Handel Deutschland Zentralgesellschaften umfasst neben den inländischen Immobiliengesellschaften auch die Produktion und den Vertrieb von Backwaren unter der Marke Glocken Bäckerei und die Produktion von Fleisch- und Wurstwaren unter der Marke Wilhelm Brandenburg sowie in- und ausländische Warengesellschaften.

Das Geschäftsfeld **Handel International** umfasst die Sparten Vollsortiment Österreich, Vollsortiment CEE sowie Penny International. Im Vollsortiment Österreich und CEE werden an insgesamt 2.907 Standorten Super- und Verbrauchermärkte betrieben. In Österreich werden Filialen unter den Marken BILLA, MERKUR und ADEG betrieben. Im Großhandelsgeschäft werden zudem 371 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 Litauen werden Supermärkte unter der Marke IKI betrieben.

In der Sparte Penny International werden die Marken PENNY MARKT und PENNY MARKET an insgesamt 1.550 Standorten in den Ländern Italien, Österreich, Rumänien, Tschechien und Ungarn betrieben.

Das Geschäftsfeld **Touristik** gliedert sich in die Sparten Zentraleuropa, Nordeuropa, Osteuropa und Zielgebiete. Es 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, Frankreich, Großbritannien sowie den Benelux-Ländern aktiv. Die Touristik tritt vor allem unter den Marken ADAC REISEN, Apollo, Calimera, DER.COM, DER Reisebüro, DERPART, DERTOUR, EXIM Tours, helvetic tours, ITS, Jahn Reisen, KUONI, lti und Meier's Weltreisen auf. Insgesamt verfügt die Touristik über 792 Reisebüros. 670 Vertriebsstellen werden durch Franchisenehmer betrieben.

Das Geschäftsfeld **Baumarkt** betreibt in Deutschland unter den Marken toom Baumarkt und B1 Discount Baumarkt 285 Märkte. Im Rahmen des Großhandelsgeschäfts werden zudem 38 Partnermärkte und Franchisenehmer beliefert.

Unter dem Geschäftsfeld **Sonstige** werden insbesondere zentrale Dienstleistungen des Mutterunternehmens 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 31.12.2019

Länder	Handel Deutschland	Handel International	Touristik	Baumarkt	Gesamt
Deutschland	3.929	--	503	285	4.717
Österreich	--	2.141	--	--	2.141
Tschechien	--	617	42	--	659
Italien	--	386	--	--	386
Ungarn	--	223	8	--	231
Rumänien	--	256	80	--	336
Slowakei	--	150	14	--	164
Russland	--	172	--	--	172
Nordics*	--	--	5	--	5
Bulgarien	--	130	--	--	130
Schweiz	--	--	72	--	72
Großbritannien	--	--	49	--	49
Litauen	--	228	--	--	228
Frankreich	--	--	18	--	18
Ukraine	--	35	--	--	35
Kroatien	--	119	--	--	119
Polen	--	--	1	--	1
Summe	3.929	4.457	792	285	9.463

\* Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden

# Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

## 1. GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Handelskonflikte führen nicht nur im Verhältnis der USA zu China, sondern auch zu anderen Staaten zu einem reduzierten Warenaustausch. Zudem belasten sie die Weltwirtschaft dadurch, dass die politischen Rahmenbedingungen für den Außenhandel unsicherer werden. Auch die Unsicherheiten bezüglich der Ausgestaltung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nach dem Austritt Großbritanniens aus der EU (Brexit) belasteten den innereuropäischen Handel.

### Entwicklung der Wirtschaftsdaten der REWE Group-Länder

in Prozent <sup>1</sup>	BIP			Inflation			Arbeitslosigkeit		
	2018	2019e*	2019e	2018	2019e*	2019e	2018	2019e*	2019e
Deutschland	1,5	1,3	0,5	1,9	2,0	1,4	3,4	3,0	3,1
Österreich	2,7	2,2	1,6	2,1	2,1	1,6	4,9	4,6	4,6
Tschechien	3,0	3,0	2,5	2,0	2,3	2,4	2,3	2,2	2,1
Italien	0,8	0,6	0,2	1,3	1,3	0,8	10,6	10,4	10,0
Ungarn	4,9	3,3	4,6	2,9	3,1	3,4	3,7	3,5	3,4
Rumänien	4,1	3,4	4,0	4,1	3,5	4,0	4,2	4,2	3,9
Slowakei	4,1	4,1	2,6	2,5	2,4	2,5	6,5	6,0	5,3
Russland	2,3	1,6	1,1	2,9	5,1	4,7	4,8	5,3	4,6
Litauen	3,5	2,9	3,4	2,5	2,7	2,4	6,2	5,8	6,1
Bulgarien	3,1	3,1	3,7	2,6	2,4	2,7	5,2	4,6	4,6
Schweiz	2,8	1,8	0,8	0,9	1,4	0,6	2,5	2,8	2,8
Großbritannien	1,3	1,5	1,3	2,5	2,1	2,0	4,1	4,4	3,9
Schweden	2,3	2,2	0,9	2,1	2,0	1,8	6,3	6,0	6,7
Norwegen	1,3	2,1	1,9	2,8	2,0	2,3	3,9	3,7	3,6
Frankreich	1,7	1,5	1,3	2,1	1,8	1,3	9,1	8,7	8,5
Dänemark	1,5	1,9	1,7	0,7	1,5	0,7	5,0	4,8	4,9
Ukraine	3,3	2,7	3,0	10,9	7,3	8,7	9,0	9,2	8,7
Kroatien	2,6	2,6	3,0	1,6	1,8	1,0	8,4	8,6	7,0

Quellen: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database Oktober 2019, Update Januar 2020; Gemeinschaftsdiagnose (Herbst 2019)

e = erwartet; e\* = im Vorjahr erwartet

<sup>1</sup> BIP-Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent

In **Deutschland** hat sich die Konjunktur 2019 weiter abgekühlt. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) konnte um 0,5 Prozent (Vorjahr: 1,5 Prozent) gesteigert werden, die Entwicklung fiel jedoch im Vergleich zum Vorjahr und zu den Prognosen deutlich moderater aus: Zwar lag die Kapazitätsauslastung weiter über einem langjährigen Durchschnitt, jedoch ist die Produktion seit eineinhalb Jahren rückläufig. Die Ursachen liegen vor allem in den wirtschaftlichen Unsicherheiten aufgrund der bestehenden Handelskonflikte und der Unklarheiten in Bezug auf den Brexit, die sich

weltweit negativ auf die Investitionen auswirkten. Gestützt wurde die Wirtschaft durch den Konsum privater Haushalte. Die Inflation verminderte sich 2019 auf 1,4 Prozent (Vorjahr: 1,9 Prozent) und lag damit auch unterhalb der Prognose von 2,0 Prozent, unter anderem aufgrund gesunkener Energiepreise. Die Arbeitslosenquote sank leicht im Vergleich zum Vorjahr auf 3,1 Prozent (Vorjahr: 3,4 Prozent). Nichtsdestotrotz verlangsamte sich der Beschäftigungsanstieg bedingt durch die Konjunkturschwäche deutlich.

In **Österreich** lag das Wachstum des BIP 2019 nach mehreren Jahren starken Wachstums mit 1,6 Prozent deutlich unter der Entwicklung des Vorjahres (2,7 Prozent) und der Prognose von 2,2 Prozent. Ursächlich hierfür waren die Abschwächung des globalen Handels und die rückläufige Konjunktur in Deutschland, die die Entwicklung der exportorientierten Industrie des Landes beeinflussten und die Investitionstätigkeiten verlangsamten. Positiv beeinflusst wurde die Konjunktur durch den privaten Konsum, der durch fiskalische Impulse und eine gute Arbeitsmarktlage gestützt wurde. Die Arbeitslosenquote lag 2019 bei 4,6 Prozent (Vorjahr: 4,9 Prozent). Das Preisniveau lag 2019 im Vergleich zum Vorjahr mit einer Inflationsrate von 1,6 Prozent deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (2,1 Prozent).

In **Italien** stagnierte das Wirtschaftswachstum 2019 mit 0,2 Prozent (Vorjahr: 0,8 Prozent) nahezu. Ursächlich hierfür ist eine anhaltende Schwäche im verarbeitenden Gewerbe. Die Arbeitslosenquote sank auf 10,0 Prozent (Vorjahr: 10,6 Prozent). Die Inflationsrate verminderte sich auf 0,8 Prozent (Vorjahr: 1,3 Prozent) vor allem aufgrund der Preisentwicklung der Energiekosten.

Die Konjunktur in den **zentral-osteuropäischen** Ländern, in denen die REWE Group vertreten ist, entwickelte sich 2019 in allen Ländern positiv. Bulgarien und Kroatien konnten das Wirtschaftswachstum des Vorjahres und die Prognosen übertreffen. Litauen, Rumänien, die Ukraine und Ungarn lagen zwar leicht unter der Vorjahresentwicklung, konnten aber die Prognosen zum Teil deutlich übertreffen. Russland, die Slowakei und Tschechien lagen zum Teil deutlich unter der Vorjahresentwicklung und den Prognosen. Grundsätzlich wurde die wirtschaftliche Entwicklung in den zentral-osteuropäischen Ländern von den rückläufigen Entwicklungen in den anderen EU-Ländern – und zum Teil besonders in Deutschland – beeinflusst. Dennoch entwickelte sich insgesamt das BIP in den zentral-osteuropäischen Ländern – mit Ausnahme von Russland – zum Teil deutlich besser als in den für die REWE Group relevanten Ländern West- und Nordeuropas. Der Aufschwung stützte sich in den meisten Ländern maßgeblich auf den privaten Konsum, der von der guten Beschäftigungslage sowie gestiegenen Reallöhnen profitieren konnte, und auf Investitionen, die auch bedingt durch den Abruf von EU-Geldern anstiegen. Die anhaltend positive Entwicklung zeigt sich ebenso auf den Arbeitsmärkten: Die Arbeitslosenquote ist in allen Ländern zum Teil merklich gesunken; jedoch führt die steigende Beschäftigungsentwicklung auch zu einem Fachkräftemangel. Die Inflationsrate in Kroatien, Litauen, Rumänien und der Ukraine sank zum Teil deutlich im Vergleich zum Vorjahr. In den übrigen Ländern – mit Ausnahme der Slowakei, wo die Inflationsrate im Vergleich zum Vorjahr unverändert war – stieg die Inflationsrate im Vorjahresvergleich.

In **Skandinavien** verzeichneten Dänemark und Norwegen ein höheres Wirtschaftswachstum als im Vorjahr, während insbesondere die Konjunktur in Schweden von der rückläufigen Weltwirtschaft, den Handelskonflikten sowie den Unsicherheiten aus dem Brexit stark getroffen war: Die Wirtschaft wuchs lediglich um 0,9 Prozent. Dieser Wert lag somit deutlich unter der Vorjahresentwicklung (2,3 Prozent) und den Erwartungen (2,2 Prozent). Insgesamt wurde die Konjunktur in den drei

Ländern besonders durch den privaten Konsum gestützt. Die wirtschaftliche Entwicklung spiegelt sich auch auf den Arbeitsmärkten wider: Während Dänemark und Norwegen rückläufige Arbeitslosenquoten auswies, lag die Arbeitslosenquote in Schweden deutlich über der Vorjahresquote und den Prognosen. Die Inflationsrate in Schweden und Norwegen verminderte sich im Vorjahresvergleich, in Dänemark blieb die Preissteigerung auf Vorjahresniveau.

Die Konjunktur in der **Schweiz** verzeichnete mit einem BIP-Wachstum von 0,8 Prozent eine moderate Entwicklung und lag deutlich unter der Entwicklung des Vorjahres (2,8 Prozent) und der Prognose (1,8 Prozent). Diese Wachstumsverlangsamung deutete sich bereits im zweiten Halbjahr 2018 an. Wesentlicher Treiber des Wachstums waren die Exporte pharmazeutischer Produkte, während die übrigen Branchen von der Verlangsamung der internationalen Konjunktur beeinflusst wurden. Die Arbeitslosenquote erhöhte sich moderat auf 2,8 Prozent (Vorjahr: 2,5 Prozent) und entsprach damit der Prognose. Die Inflationsrate bewegt sich mit 0,6 Prozent (Vorjahr: 0,9 Prozent) weiterhin auf niedrigem Niveau.

Die wirtschaftliche Entwicklung lag in **Großbritannien** 2019 mit 1,3 Prozent auf Vorjahresniveau und nur leicht unter den Erwartungen (1,5 Prozent). Insbesondere die Industrie reagierte mit Verunsicherung auf den Brexit, indem beispielsweise Investitionspläne verschoben wurden. Der robuste Arbeitsmarkt – die Arbeitslosenquote sank auf 3,9 Prozent (Vorjahr: 4,1 Prozent) und lag damit auch deutlich unter der Prognose (4,4 Prozent) – war eine Ursache dafür, dass der private Konsum auch aufgrund gestiegener Realeinkommen einen maßgeblichen Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung darstellte. Die Inflationsrate sank weiter auf 2,0 Prozent (Vorjahr: 2,5 Prozent).

Die wirtschaftlichen Unsicherheiten resultierend aus den bestehenden Handelskonflikten und den Unklarheiten in Bezug auf den Brexit hatten auf die Konjunktur in **Frankreich** einen weniger starken Einfluss als auf andere große EU-Länder: Das Wirtschaftswachstum verlief 2019 mit 1,3 Prozent (Vorjahr: 1,7 Prozent) robust. Dies war bedingt durch eine geringere Abhängigkeit vom Exportmarkt und eine starke Binnennachfrage, deren maßgeblicher Treiber die Unternehmensinvestitionen waren. Die von der Regierung ergriffenen Maßnahmen zur Stärkung der Kaufkraft als Reaktion auf soziale Proteste, Steuersenkungen und die Schaffung neuer Arbeitsplätze stützten die wirtschaftliche Entwicklung ebenfalls, wenn auch die höhere Kaufkraft aufgrund der Verunsicherung – unter anderem bedingt durch Reformvorhaben der Regierung – nicht vollständig für Konsumzwecke eingesetzt wurde. Die Arbeitslosenquote sank auf 8,5 Prozent (Vorjahr: 9,1 Prozent), lag aber im europäischen Vergleich weiter im oberen Bereich. Die Inflationsrate sank deutlich von 2,1 Prozent im Vorjahr auf 1,3 Prozent.



## 2. BRANCHENENTWICKLUNG

### Lebensmittelhandel

#### Branchenentwicklung: Umsatz

Veränderung in Prozent	Handel 2019 nominal	Handel 2018 nominal	Lebensmittel- einzelhandel 2019 nominal	Lebensmittel- einzelhandel 2018 nominal
Deutschland	3,4	2,7	1,5 <sup>1</sup>	1,2 <sup>1</sup>
Österreich	2,0	2,6	2,4	2,5
Tschechien	5,4	5,9	4,3	3,5
Italien	0,8	0,8	0,7	0,3
Ungarn	9,1	9,3	8,7	7,0
Rumänien	10,2	11,3	10,8	10,5
Slowakei	0,8	6,4	4,4	4,1
Russland <sup>2</sup>	1,6	2,6	1,4	1,7
Litauen	6,5	-	5,2	-
Bulgarien	3,8	7,5	3,5	10,2
Ukraine <sup>3</sup>	-	7,0	-	-
Kroatien	5,0	5,7	3,5	3,1

Quellen: Eurostat; <sup>1</sup>GfK; <sup>2</sup>Retail Update Russia (Biweekly News Report – Published by PMR) Stand Januar 2020; <sup>3</sup>für 2019 keine valide Quelle vorhanden

Für **Deutschland** ist die Umsatzentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels nach GfK (nominal: +1,5 Prozent; FMCG ohne Non-Food) und Nielsen/TradeDimension (nominal: +1,9 Prozent) im Vergleich zum Vorjahr positiv verlaufen. In diesem Kontext entwickelt sich das Geschäftsfeld Handel Deutschland mit einer Umsatzsteigerung von 2,7 Prozent ausgesprochen gut.

Der Einzelhandel in **Österreich** erzielte 2019 ein nominales Umsatzwachstum von 2,0 Prozent (real: 1,2 Prozent). Der Lebensmitteleinzelhandel erzielte ein nominales Umsatzwachstum von 2,4 Prozent (real: 1,5 Prozent). Die Entwicklung fiel damit nominal weniger stark als im Vorjahr aus, während sich real eine Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr ergeben hat.

Der Einzelhandelsumsatz in **Italien** ist 2019 nominal und real um 0,8 Prozent gestiegen. Die privaten Haushalte verzeichneten reale Kaufkraftverluste, da die Inflation die Lohnsteigerungen übertraf. Die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel erhöhten sich nominal um 0,7 Prozent (real: gesunken um 0,1 Prozent).

Der Lebensmitteleinzelhandel in den **osteuropäischen** Ländern, in denen die REWE Group vertreten ist, entwickelte sich im Wesentlichen positiv. Im Lebensmittelhandel konnten Rumänien (nominal: 10,8 Prozent; real: 5,8 Prozent) und Ungarn (nominal: 8,7 Prozent; real: 3,5 Prozent) 2019 das höchste Umsatzwachstum verzeichnen. Insgesamt liegt die Entwicklung im Lebensmittelhandel nominal – mit Ausnahme von Russland und der Ukraine – deutlich über der Entwicklung der westeuropäischen Länder. Positiv beeinflusst wurde der Konsum in den Ländern unter anderem durch gestiegene Reallöhne und eine gute Beschäftigungslage. In Russland fiel der Anstieg der Einzelhandelsumsätze mit 1,6 Prozent nominal und der Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel mit 1,4 Prozent nominal moderat aus und lag unter der Entwicklung des Vorjahres.

## Touristik

Der deutsche Reiseveranstaltermarkt zeigte 2019 mit 0,6 Prozent ein moderates Umsatzwachstum auf 35,4 Mrd. € und konnte die guten Ergebnisse der Vorjahre nicht weiter fortsetzen. Wesentliche Wachstumssegmente waren die Kreuzfahrt mit einem Umsatzzuwachs von 7,0 Prozent und eine gute Entwicklung mittelständischer Spezialisten. Das Jahr 2019 war geprägt von der Insolvenz von Thomas Cook sowie der Insolvenz des Ferienfliegers Germania und der Unsicherheit über den Fortbestand der Thomas Cook-Tochter Condor. Auch das Flugverbot der Boeing B 737-Max betraf die Branche, weil einige Fluggesellschaften zu erheblichen Kosten Ersatzmaschinen anmieten mussten. Daher erreichten die klassischen Flugreiseveranstalter nur ein geringes Umsatzwachstum von 1,9 Prozent. Das Wachstum kam vor allem von den außereuropäischen Zielen (Türkei +28,8 Prozent, Ägypten +16,4 Prozent, Tunesien +5,1 Prozent). Die Krisendestinationen der vergangenen drei Jahre in der Türkei, Ägypten und Nordafrika haben nahezu das Volumen aus der Zeit vor der Krise erreicht und zeigen nur noch leichte Zuwächse, die den Einbruch der europäischen Mittelmeer-Ziele nicht kompensieren konnten, so dass die Mittelmeer-Ziele insgesamt rückläufig waren. Die Fernreisen entwickelten sich anlässlich der Stärkung des Euros gegenüber dem Dollar positiv. Die erdgebundenen Reisen in Europa verzeichneten ebenfalls einen Umsatzrückgang und konnten an das gute Vorjahr nicht anknüpfen.

Der stationäre Reisebüromarkt verzeichnete 2019 einen Umsatzrückgang von insgesamt 3,1 Prozent. Deutliche Zuwächse erzielte in diesem Jahr der Online-Reisevertrieb mit 16,5 Prozent. Auch die Umsätze der Produktportale (+12,7 Prozent) sowie die Online-Direktverkäufe der touristischen Leistungsträger (+14,5 Prozent) nahmen signifikant zu und treten damit immer stärker in Konkurrenz zu ihren eigenen Vertriebskanälen über Veranstalter und Reisebüros. Die spezialisierten Business-Travel-Organisationen verzeichneten einen Rückgang von 2,0 Prozent. Insgesamt wies der deutsche Reisebüromarkt einen Rückgang von 2,7 Prozent aus.

Die Entwicklungen in den verschiedenen europäischen Veranstaltermärkten verliefen 2019 sehr unterschiedlich.

Der österreichische Veranstaltermarkt entwickelte sich ebenso moderat wie der deutsche Veranstaltermarkt, da über 80,0 Prozent dieser Reisen mit dem identischen Sortiment von den deutschen Veranstaltern produziert werden.

Der Schweizer Veranstaltermarkt hingegen entwickelte sich im Jahr 2019 leicht negativ. Grund hierfür war vor allem das beständig gute Wetter in den Sommermonaten, so dass die Schweizer ihren Urlaub vermehrt im eigenen Land verbrachten. Die im Sommer ausgebliebenen Buchungen konnten auch durch die positive Entwicklung der Herbstbuchungen nicht kompensiert werden.

Der eher kleine französische Veranstaltermarkt weist nur moderate Zuwächse auf, da die Franzosen ihre Urlaubsreisen infolge des langen und warmen Sommers traditionell eher individuell organisieren.

Der britische Veranstaltermarkt litt – wie schon im Vorjahr – unter der politischen Unsicherheit der Brexit-Fristen. Die preissensiblen volumenstarken Destinationen rund um das Mittelmeer verzeichneten Rückgänge, während sich hochwertige, maßgeschneiderte Veranstalterreisen in alle Welt behaupten konnten. Trotz aller Unsicherheiten erwies sich der britische Reisemarkt als bemerkenswert widerstandsfähig. Dies lag daran, dass andere inländische Wirtschaftsfaktoren weitestgehend positiv waren – ein über die Inflation hinausgehendes Lohnwachstum, ein hohes Beschäftigungsniveau und niedrige Zinssätze.

Die nordeuropäischen Reisemärkte konnten an das mäßige Wachstum aus dem Vorjahr nicht weiter anknüpfen. Der lange und warme Sommer im letzten Jahr, die zunehmenden Klimadiskussionen und Flugscham sowie eine negative Entwicklung der schwedischen Krone gegenüber dem Euro ließen die Buchungsnachfrage schwächeln.

Die osteuropäischen Reisemärkte hingegen profitierten stark von den nach drei Krisenjahren wiederbelebten zweistelligen Nachfragezuwächsen für preiswerte Reisen in die Türkei sowie nach Nordafrika.

## Baumarkt

Der **Baumarkthandel** konnte nach Aussagen des BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V., Köln, 2019 ein Umsatzwachstum von 3,6 Prozent auf 19,5 Mrd. € verbuchen. Während die Umsätze im ersten Quartal aufgrund der guten Wetterlage im Februar insbesondere im Gartensortiment deutlich angestiegen sind (+10,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal), konnte das zweite Quartal die positive Entwicklung stützen, aber nicht maßgeblich zu einer weiteren Verbesserung beitragen (+0,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal). Das dritte Quartal verzeichnete mit 4,8 Mrd. € Umsatz und einem Anstieg von 4,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr eine starke Saison bis zum Wettereinbruch zum Ende des Quartals. Das vierte Quartal wurde insbesondere durch einen starken November gestützt und generierte ein Umsatzplus von 0,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Neben saisonabhängigen Sortimenten entwickelten sich auch die Heimwerkersortimente positiv.

# Darstellung der Lage

Hinweis: Eine Vergleichbarkeit der Zahlen der aktuellen Berichtsperiode mit den Vorjahreswerten ist aufgrund nachfolgend dargestellter Einflüsse nur eingeschränkt möglich:

Mit Wirkung zum 1. Mai 2019 übernahm die RZF 77,4 Prozent der REWE - Zentral-Aktiengesellschaft, Köln, (RZAG) und erlangte damit die Beherrschung über das Unternehmen. Ab diesem Zeitpunkt wurden die RZAG sowie ihre Tochtergesellschaften erstmalig in den RZF-Konzern einbezogen. Aufgrund der zum Erstkonsolidierungszeitpunkt erfolgten Kaufpreisallokation ergaben sich Einmaleffekte in Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung. Ab dem Zeitpunkt der Erstkonsolidierung werden darüber hinaus sämtliche konzerninternen Sachverhalte zwischen der RZF und der RZAG eliminiert. Im Vorjahr waren keine Eliminierungsmaßnahmen durchzuführen (vgl. Punkt 3 „Konsolidierung“ des Konzernanhangs).

Die Anwendung des IFRS 16 *Leasingverhältnisse* führt im Jahr der Erstanwendung zu einer eingeschränkten Vergleichbarkeit in den betroffenen Bilanz- und Gewinn- und Verlustrechnungs-Positionen. Insbesondere ergeben sich in der Gewinn- und Verlustrechnung wesentliche Verschiebungen zwischen EBITDA/EBIT/EBT: Bei Anmietverträgen, die ab dem 1. Januar 2019 bilanziell abzubilden sind, entfällt der Mietaufwand (sonstiger betrieblicher Aufwand); eine Erfolgswirksamkeit dieser Verträge ergibt sich über die Abschreibung des Nutzungsrechts und den Zinsaufwand aus der Aufzinsung der Leasingverbindlichkeit in der Folgebewertung. In der Bilanz ergibt sich insbesondere im Anlagevermögen durch die Aktivierung von Nutzungsrechten und in den sonstigen finanziellen Schulden durch die Passivierung von Leasingverbindlichkeiten eine wesentliche Erhöhung der Bilanzsumme. Der Anstieg der Verbindlichkeiten hat auch eine wesentliche Auswirkung auf Kennzahlen wie z. B. die Eigenkapitalquote und die Nettoverschuldung.

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

Die Umsatzentwicklung des Konzerns blieb 2019 leicht hinter den geplanten Erwartungen zurück.

Das interne EBITA<sup>1</sup> hat sich in fast allen Geschäftsfeldern zum Teil deutlich besser entwickelt als für 2019 prognostiziert. Zur positiven Entwicklung trugen unter anderem Erträge aus Unternehmensverkäufen sowie Erträge, die durch Umstrukturierungen der REWE Group entstanden sind, bei.

Gegenüber dem Vorjahr konnte das Geschäftsfeld Handel Deutschland seinen Umsatz leicht steigern, aber die geplanten Erwartungen nicht ganz erfüllen. Dies ist vor allem auf den verschärften Wettbewerb im Discountmarkt zurückzuführen.

Das interne EBITA des Geschäftsfelds konnte gegenüber dem Budget leicht gesteigert werden: Steigerungen konnte vor allem REWE verzeichnen, während Penny unter dem starken Wettbewerbsdruck im Discount die Erwartungen nicht erfüllen konnte. Trotz positiver

---

<sup>1</sup> Definition internes EBITA vgl. Punkt 4 „Leistungsindikatoren“

Umsatzentwicklung der Supermärkte Nord-Gesellschaften ist das Ergebnis durch deren Integration in die REWE-Organisation weiterhin belastet.

Die Umsatzentwicklung im Geschäftsfeld Handel International liegt leicht unter den budgetierten Erwartungen. Der Vollsortimentsbereich konnte die erwarteten Umsätze nicht ganz erfüllen, was im Wesentlichen auf die Entwicklung in Russland zurückzuführen ist.

Penny International zeigte vor allem in Osteuropa eine gute Umsatzentwicklung und konnte so die Erwartungen übertreffen.

Das interne EBITA im Geschäftsfeld Handel International liegt über den geplanten Erwartungen. Penny, wie auch das Vollsortiment, konnten das interne EBITA-Ziel übererfüllen. Nur im Vollsortiment in Osteuropa konnten die Erwartungen vor allem in Russland nicht ganz erreicht werden.

Die Entwicklung im Geschäftsfeld Touristik wird vor allem durch die branchenweit schwierige Entwicklung im Veranstaltergeschäft in Skandinavien geprägt. So konnte die Touristik die Umsatzentwicklung zum Vorjahr steigern, die erwartete Umsatzentwicklung wurde aber nicht erreicht. Aufgrund der schwierigen Umsatz- und Margensituation konnte die Touristik die budgetierten internen EBITA-Erwartungen nicht erfüllen.

Das Geschäftsfeld Baumarkt konnte die Umsätze gegenüber dem Vorjahr steigern und liegt mit seiner Entwicklung über dem Budget. Trotz des Margendrucks konnte der Baumarkt aufgrund positiver Kostenentwicklungen und Einsparungen die budgetierten internen EBITA-Erwartungen mehr als erfüllen.

Die Netto-Verschuldung ist 2019 etwas stärker gestiegen als ursprünglich geplant. Ursache hierfür ist die vorzeitige Kaufpreiszahlung für den Erwerb der Lekkerland-Gruppe, die jedoch weitestgehend über nicht getätigte Investitionen, Veräußerungen von Beteiligungsgesellschaften sowie sonstige operative Maßnahmen finanziert wurde.

## 2. ERTRAGSLAGE

### Umsatzentwicklung

in Mio. €	2019	2018	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Handel Deutschland	32.317,2	31.471,0	846,2	2,7
Handel International	15.298,7	14.245,8	1.052,9	7,4
Touristik	4.958,3	4.880,5	77,8	1,6
Baumarkt	2.214,8	2.151,1	63,7	3,0
Sonstige	585,3	645,0	-59,7	-9,3
<b>Gesamt</b>	<b>55.374,3</b>	<b>53.393,4</b>	<b>1.980,9</b>	<b>3,7</b>

Die Umsatzerlöse konnten 2019 insgesamt um 3,7 Prozent gesteigert werden.

Der Handel Deutschland als volumenstärkstes Geschäftsfeld verzeichnete eine Umsatzsteigerung von 2,7 Prozent. Die positive Umsatzentwicklung wurde insbesondere durch die Entwicklung der REWE-Filialen (inklusive REWE To Go) sowie des Großhandelsgeschäfts getragen, das im Wesentlichen die

Belieferung der REWE-Partnermärkte umfasst. Hier spiegelt sich vor allem das organische Wachstum der REWE-Partnermärkte wider. Zudem sind die Einkaufsgesellschaften des Geschäftsfelds Sonstige seit diesem Geschäftsjahr dem Geschäftsfeld Handel Deutschland zugeordnet.

Das Geschäftsfeld Handel International ist mit einem Umsatz von 15,3 Mrd. € das zweitgrößte Geschäftsfeld des Konzerns. Der Anstieg um 7,4 Prozent wurde maßgeblich durch das Vollsortiment in Zentral- und Osteuropa generiert und ist im Wesentlichen auf die positive Entwicklung der Stammfilialen in Tschechien und der Slowakei sowie Expansionstätigkeiten in Russland zurückzuführen. Zudem trug die 2019 erstmalig ganzjährig als vollkonsolidiertes Unternehmen einbezogene UAB Palink, Vilnius (Litauen), maßgeblich zum Umsatzwachstum bei. 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 Rumänien, Tschechien und Ungarn.

Das Geschäftsfeld Touristik erzielte einen konsolidierten Umsatz von 5,0 Mrd. € (vermittelter Reiseumsatz 6,5 Mrd. €), der damit um 1,6 Prozent über dem Vorjahr lag. Der Umsatzanstieg ist maßgeblich auf die weiterhin positive Entwicklung in Zentral- und Osteuropa zurückzuführen. Auch in den Zielgebietsagenturen konnten deutliche Umsatzsteigerungen verzeichnet werden. In Nordeuropa entwickelten sich die Umsatzerlöse aufgrund der negativen Entwicklung in Skandinavien dagegen rückläufig. Dem stand ein Umsatzwachstum in den Quellmärkten Frankreich und Großbritannien gegenüber. Insgesamt wirkte sich vor allem die gestiegene Nachfrage nach Fernreisen positiv auf die Umsatzentwicklung aus.

Das Geschäftsfeld Baumarkt verzeichnete eine Umsatzsteigerung von 3,0 Prozent. Die Steigerung der Baumarktumsätze wurde im Wesentlichen durch die positive Entwicklung des Filialgeschäfts getragen.

## Märkte und Verkaufsflächen

Zum Jahresende betrieben die Geschäftsfelder des Konzerns 9.463 Verkaufsstellen mit einer Gesamtverkaufsfläche von 9,2 Mio. Quadratmetern.

Anzahl Märkte	31.12.2019	31.12.2018	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Handel Deutschland	3.929	4.014	-85	-2,1
Handel International	4.457	4.352	105	2,4
Touristik	792	760	32	4,2
Baumarkt	285	295	-10	-3,4
<b>Gesamt</b>	<b>9.463</b>	<b>9.421</b>	<b>42</b>	<b>0,4</b>

Verkaufsflächen in m <sup>2</sup> *	31.12.2019	31.12.2018	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Handel Deutschland	4.225.113	4.288.551	-63.438	-1,5
Handel International	3.078.107	2.969.858	108.249	3,6
Baumarkt	1.906.928	1.951.291	-44.363	-2,3
<b>Gesamt</b>	<b>9.210.148</b>	<b>9.209.700</b>	<b>448</b>	<b>0,0</b>

\* In der Touristik werden keine Verkaufsflächen erfasst.

## Ergebniskennzahlen

in Mio. €	2019	2018	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Umsatzerlöse	55.374,3	53.393,4	1.980,9	3,7
Materialaufwand einschließlich Bestandsveränderung	-42.026,9	-40.510,5	-1.516,4	3,7
<b>Rohertrag</b>	<b>13.347,4</b>	<b>12.882,9</b>	<b>464,5</b>	<b>3,6</b>
Rohertragsquote	24,1%	24,1%		
<b>EBITDA</b>	<b>4.069,8</b>	<b>1.810,2</b>	<b>2.259,6</b>	<b>&gt; 100</b>
<i>Nachrichtlich: internes EBITDA*</i>	<i>2.116,4</i>	<i>1.630,4</i>	<i>486,0</i>	<i>29,8</i>
Abschreibungen/Zuschreibungen und Wertminderungen (ohne Firmenwerte)	-3.160,5	-1.245,1	-1.915,4	< -100
<b>EBITA</b>	<b>909,3</b>	<b>565,1</b>	<b>344,2</b>	<b>60,9</b>
<i>Nachrichtlich: internes EBITA*</i>	<i>866,0</i>	<i>408,7</i>	<i>457,3</i>	<i>&gt; 100</i>
Wertminderungen auf Firmenwerte	0,0	-10,4	10,4	100
<b>EBIT</b>	<b>909,3</b>	<b>554,7</b>	<b>354,6</b>	<b>63,9</b>
Finanzergebnis	-537,2	-1,5	-535,7	< -100
<b>EBT</b>	<b>372,1</b>	<b>553,2</b>	<b>-181,1</b>	<b>-32,7</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	134,8	-137,7	272,5	> 100
<b>Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>506,9</b>	<b>415,5</b>	<b>91,4</b>	<b>22,0</b>
<b>EAT / Jahresergebnis</b>	<b>506,9</b>	<b>415,5</b>	<b>91,4</b>	<b>22,0</b>

\* Überleitung vgl. Punkt 4 „Leistungsindikatoren“

Das **EBITDA** stieg, maßgeblich bedingt durch die erstmalige Anwendung des IFRS 16, um 2.259,6 Mio. €: Erhöhend wirkten die Veränderung des Rohertrags (+464,5 Mio. €), der sonstigen betrieblichen Erträge (+353,0 Mio. €; ohne Berücksichtigung von Zuschreibungen) und insbesondere die gesunkenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen (+1.869,5 Mio. €), mindernd die Erhöhung der Personalaufwendungen (-427,4 Mio. €). Da die Veränderung des Materialaufwands proportional zum Anstieg der Umsatzerlöse verlief, beträgt die Rohertragsquote unverändert 24,1 Prozent.

Zum Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge führten im Wesentlichen Erträge aus Werbedienstleistungen, Erträge aus dem Abgang langfristiger Vermögenswerte, übrige sonstige betriebliche Erträge sowie Erträge aus Zuschreibungen zu langfristigen Vermögenswerten. Gegenläufig entwickelten sich die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

Die höheren Erträge aus Werbedienstleistungen beruhen auf einem Anstieg erbrachter Leistungen für Werbeaktivitäten in Funk und Fernsehen, Printmedien, Außenwerbung und für den stärkeren Einsatz von Werbemitteln insbesondere im Geschäftsfeld Handel Deutschland.

Die Erträge aus dem Abgang langfristiger Vermögenswerte resultierten maßgeblich aus Anteilsverkäufen von zuvor vollkonsolidierten Unternehmen in den Geschäftsfeldern Sonstige und Touristik.

Die Veränderung der übrigen sonstigen betrieblichen Erträge steht maßgeblich im Zusammenhang mit dem Erwerb der Anteile an der RZAG.

Der Anstieg der Erträge aus Zuschreibungen zu langfristigen Vermögenswerten resultiert maßgeblich aus Zuschreibungen von Nutzungsrechten im Zusammenhang mit dem Bilanzierungsstandard IFRS 16.

Gegenläufig entwickelten sich die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, die sich insbesondere im Geschäftsfeld Handel Deutschland bedingt durch die Erstanwendung des IFRS 16 verminderten.

Die Veränderung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen ist maßgeblich auf die Erstanwendung des IFRS 16 zurückzuführen: Da Mietverhältnisse, die die Voraussetzungen des neuen Standards erfüllen, bilanziell abgebildet werden, wird für diese kein Mietaufwand mehr ausgewiesen. Zudem ergibt sich aus der Anwendung des IFRS 16 eine geringere Zuführung zur Rückstellung für belastende Verträge.

Daneben verminderten sich die Aufwendungen für fremde Dienstleistungen bedingt durch die erstmalige Einbeziehung der RZAG zum 1. Mai 2019.

Gegenläufig entwickelten sich die sonstigen Raumkosten: Der Anstieg ist unter anderem im Geschäftsfeld Handel International zu verzeichnen und vor allem auf die erstmalige ganzjährige Einbeziehung der UAB Palink, Vilnius (Litauen), zurückzuführen.

Zudem erhöhten sich die Werbeaufwendungen im Geschäftsfeld Sonstige bedingt durch den Einbezug der RZAG und ihrer Tochtergesellschaften zum 1. Mai 2019. Im Gegenzug verringerten sich die Aufwendungen im Geschäftsfeld Handel Deutschland aufgrund der erstmals berücksichtigten Konsolidierung mit den RZAG-Gesellschaften. Korrespondierend dazu entwickelten sich die Werbeerträge in den beiden Geschäftsfeldern.

Der Anstieg der Personalaufwendungen um 6,1 Prozent begründet sich im Wesentlichen durch den Einbezug der RZAG und ihrer Tochtergesellschaften ab dem 1. Mai 2019, den erstmals ganzjährigen Einbezug der UAB Palink, Vilnius (Litauen), und durch die Tarifierhöhung 2019.

Während sich der neue Bilanzierungsstandard IFRS 16 durch den Wegfall des Mietaufwands positiv auf das EBITDA auswirkte, werden Leasingverhältnisse insbesondere durch die Abschreibungen und Wertminderungen sowie durch Zuschreibungen auf aktivierte Nutzungsrechte erfolgswirksam und beeinflussen somit das EBITA. Insgesamt lag das **EBITA** 2019 bei 909,3 Mio. € und damit 344,2 Mio. € über dem des Vorjahres (565,1 Mio. €).

Auch das Finanzergebnis in Höhe von -537,2 Mio. € (Vorjahr: -1,5 Mio. €) war wesentlich durch den neuen Leasingstandard beeinflusst: Im Zinsergebnis in Höhe von -542,9 Mio. € (Vorjahr: -52,4 Mio. €) sind im Wesentlichen die Aufwendungen aus der Verzinsung der Leasingverbindlichkeiten von 542,6 Mio. € (Vorjahr: 21,1 Mio. €) enthalten. Gegenläufig entwickelten sich in dem Posten die Zinserträge aus Steuern. Die Veränderung des sonstigen Finanzergebnisses um -26,0 Mio. € resultiert vornehmlich aus der Abschreibung eines Darlehens. Das Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen betrug 41,3 Mio. € (Vorjahr: 59,3 Mio. €); die Verminderung ist unter anderem auf den sukzessiven Erwerb der bisher at equity einbezogenen Anteile an der REWE-ZENTRALFINANZ eG und REWE-Zentral AG GbR, Köln, infolge des Einbezugs der RZAG zum 1. Mai 2019 zurückzuführen.

Aus den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag ergibt sich ein Ertrag in Höhe von 134,8 Mio. € (Vorjahr: Aufwand 137,7 Mio. €). Dieser setzt sich aus einem laufenden Steueraufwand in Höhe von 61,6 Mio. € (Vorjahr: 125,5 Mio. €) und einem Ertrag aus latenten Steuern in Höhe von 196,4 Mio. € (Vorjahr: Aufwand 12,2 Mio. €) zusammen. Im laufenden Steueraufwand ist ein Ertrag in Höhe von 115,1 Mio. € (Vorjahr: 22,2 Mio. €) aus Steuern für Vorjahre enthalten.



### 3. FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

#### Finanzlage

Dem Konzern stehen derzeit im Wesentlichen folgende Fremdfinanzierungslinien zur Verfügung:

##### Fremdfinanzierungsmittel

in Mio. €	31.12.2019	31.12.2018	Laufzeitende
Syndizierter Kredit	2.000,0	2.000,0	3. Dezember 2024; maximale Laufzeit 3. Dezember 2025
Schuldscheindarlehen	1.000,0	1.000,0	28. Februar 2021 bis 28. Februar 2028
Schuldscheindarlehen	537,0	0,0	20. Dezember 2022 bis 20. Dezember 2029
Schuldscheindarlehen	175,0	175,0	2. September 2024
<b>Gesamt</b>	<b>3.712,0</b>	<b>3.175,0</b>	

Dem Konzern steht ein syndizierter Kredit zur Verfügung, in den Kreditlinien in Höhe von 500,0 Mio. € inkludiert sind. Der syndizierte Kredit wurde zum Stichtag mit 400,0 Mio. € (Vorjahr: keine Inanspruchnahme), die inkludierten Kreditlinien mit 14,8 Mio. € genutzt.

Im Berichtsjahr wurde ein Schuldscheindarlehen in Höhe von 537,0 Mio. € aufgenommen, das zum Stichtag in Höhe von 437,0 Mio. € ausgezahlt wurde. Die Auszahlung der verbleibenden 100,0 Mio. € erfolgte im Januar 2020. Das Schuldscheindarlehen umfasst verschiedene Laufzeittranchen von drei bis zehn Jahren.

Die zum Vorjahresstichtag bestehenden drei bilateralen Kreditlinien in Höhe von insgesamt 275,0 Mio. € (Inanspruchnahme zum 31. Dezember 2018: 204,0 Mio. €) bestehen zum 31. Dezember 2019 nicht mehr.

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 des Konzerns zur internen Finanzierung.

#### Nettoverschuldung

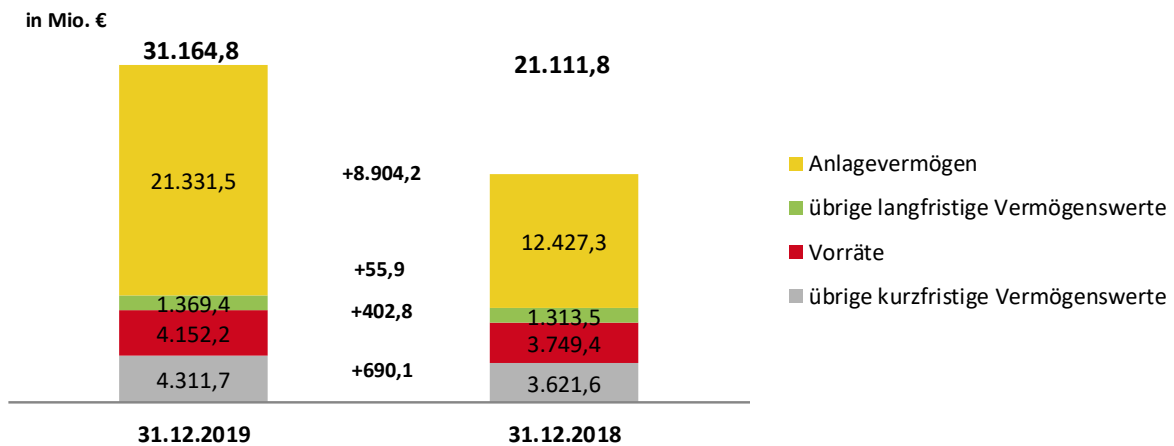
Der Anstieg der Nettoverschuldung 2019 um 9.604,6 Mio. € gegenüber 2018 ist im Wesentlichen auf gestiegene Leasingverbindlichkeiten (+9.250,8 Mio. €) aus der Anwendung des IFRS 16 zurückzuführen. Zudem erhöhten sich die Schulden gegenüber Kreditinstituten (+557,7 Mio. €), was unter anderem in der Aufnahme eines neuen Schuldscheindarlehens begründet ist. Gegenläufig entwickelten sich die Schulden aus sonstigen Darlehen (-168,9 Mio. €), die Schulden gegenüber Beteiligungsunternehmen (-110,4 Mio. €) und die Schulden aus Finanzgeschäften (-36,8 Mio. €).

in Mio. €	31.12.2019	31.12.2018
Finanzschulden*	12.540,8	3.000,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-567,0	-631,1
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>11.973,8</b>	<b>2.369,2</b>

\* In den sonstigen finanziellen Schulden enthalten

## Vermögenslage

### Aktiva



Im Berichtsjahr erhöhte sich die Bilanzsumme um 10.053,0 Mio. € auf 31.164,8 Mio. €.

Der Anstieg des Anlagevermögens resultierte im Wesentlichen aus der Aktivierung von Nutzungsrechten an Immobilien im Rahmen der erstmaligen Anwendung des IFRS 16.

Zudem investierte der Konzern 2019 1.752,0 Mio. € (Vorjahr: 1.791,4 Mio. €) in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. Die Investitionen betrafen hauptsächlich die Erweiterung und die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes und der Lagerstandorte sowie der Produktionsunternehmen. Mindernd wirkten sich auf das Anlagevermögen vor allem der Abgang von Anlagevermögen, Wertminderungen und Abschreibungen aus.

Im Berichtsjahr werden in Nutzung befindliche selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 67,6 Mio. € (Vorjahr: 77,8 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 61,8 Mio. € (Vorjahr: 64,4 Mio. €) an, die direkt als Aufwand erfasst wurden.

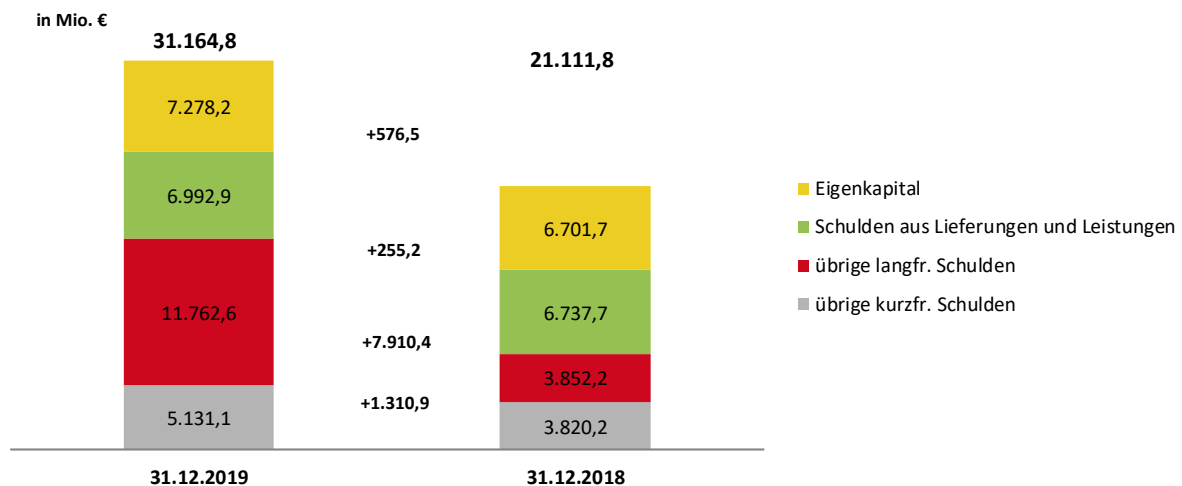
Die Veränderung der übrigen langfristigen Vermögenswerte resultierte aus einem Rückgang der sonstigen finanziellen Vermögenswerte (-257,7 Mio. €), dem ein Anstieg der latenten Steuerforderungen (+216,5 Mio. €) der at equity bilanzierten Unternehmen (+74,1 Mio. €) und der sonstigen Vermögenswerte (+23,0 Mio. €) gegenüberstand. Die Verminderung der langfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte ergab sich maßgeblich aus dem Erwerb der Anteile an der RZAG (und der anschließenden Vollkonsolidierung), die bis zu diesem Zeitpunkt unter den sonstigen Beteiligungen ausgewiesen wurde. Der Anstieg der at equity bilanzierten Unternehmen ist maßgeblich bedingt durch den Verkauf von Anteilen an der bisher als Tochterunternehmen einbezogenen commercetools GmbH, München, an der der Konzern nach der Veräußerung noch 40,0 Prozent der Anteile hält. Zudem erhöhten sich die langfristigen sonstigen Vermögenswerte, im Wesentlichen bedingt durch einen Anstieg der abgegrenzten Vermögenswerte, bei denen vor allem Baukostenzuschüsse im Geschäftsfeld Handel Deutschland zu der Veränderung beitrugen.

Die Vorräte sind hauptsächlich aufgrund einer Erhöhung der fertigen Erzeugnisse und Waren in den Geschäftsfeldern Sonstige, Handel International und Handel Deutschland gestiegen. Die Erhöhung des Bestands in den Geschäftsfeldern Sonstige und Handel Deutschland war vor allem auf die Erstkonsolidierung der RZAG und ihrer Tochtergesellschaften zum 1. Mai 2019 zurückzuführen. Im Geschäftsfeld Handel International führte insbesondere die Erweiterung des Filialnetzes in Osteuropa zu einem erhöhten Bestand an fertigen Erzeugnissen und Waren.

Der Anstieg der übrigen kurzfristigen Vermögenswerte ist wesentlich bedingt durch die Zunahme der sonstigen Vermögenswerte (+808,2 Mio. €), der laufenden Ertragsteueransprüche (+80,0 Mio. €) sowie der sonstigen finanziellen Vermögenswerte (+30,4 Mio. €). Die Erhöhung der kurzfristigen sonstigen Vermögenswerte resultierte maßgeblich aus einer Teilzahlung in Höhe von 761,9 Mio. € für den Erwerb der Lekkerland-Gruppe zum 1. Januar 2020. Darüber hinaus erhöhten sich die Zinsforderungen aus Gewerbesteuererstattungen und die abgegrenzten Provisionen der Reisebüros. Gegenläufig entwickelten sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (-165,5 Mio. €) sowie die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (-64,1 Mio. €). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen assoziierte Unternehmen verminderten sich stichtagsbedingt insbesondere im Geschäftsfeld Handel Deutschland. Zur Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verweisen wir auf Punkt 4 „Leistungsindikatoren“.

Die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich (+1,1 Mio. €) aufgrund der Klassifizierung von Immobilien als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte im Geschäftsfeld Handel International.

### Passiva



Die Bilanz weist zum 31. Dezember 2019 ein Eigenkapital in Höhe von 7.278,2 Mio. € (Vorjahr: 6.701,7 Mio. €) aus; das entspricht einer Eigenkapitalquote von 23,4 Prozent (Vorjahr: 31,7 Prozent). Die Veränderung der Eigenkapitalquote ist maßgeblich bedingt durch die erstmalige Bilanzierung von Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16. Die Eigenkapitalrendite der fortgeführten Geschäftsbereiche beträgt 7,6 Prozent (Vorjahr: 6,9 Prozent).

Zum 31. Dezember 2019 wird im Eigenkapital erstmalig eine Kapitalrücklage ausgewiesen (1.219,8 Mio. €), die das Aufgeld aus der Kapitalerhöhung der RZF im Rahmen des Anteilserwerbs von 77,4 Prozent an der RZAG beinhaltet. Hierin wurden 146,5 Mio. € erworbene eigene Anteile berücksichtigt. Die Gewinnrücklagen erhöhten sich um 326,5 Mio. € auf 5.983,2 Mio. €. Wesentlicher Bestandteil dieser Erhöhung ist das im Geschäftsjahr erwirtschaftete, den Anteilseignern des Mutterunternehmens zustehende Jahresergebnis in Höhe von 528,4 Mio. € (Vorjahr: 350,6 Mio. €). Gegenläufig wirkte sich der Erwerb von Anteilen anderer Gesellschafter auf die Gewinnrücklage aus. Das Ergebnis der Neubewertung leistungsorientierter Versorgungszusagen inklusive der darauf entfallenden latenten Steuern in Höhe von -86,3 Mio. € (Vorjahr: 16,1 Mio. €) wirkte sich ebenfalls mindernd auf die Gewinnrücklagen aus. Der Anstieg der übrigen Rücklagen um 16,9 Mio. € auf -84,2 Mio. € resultiert überwiegend aus der Rücklage für Währungsumrechnung. Die Anteile anderer Gesellschafter verminderten sich um 986,7 Mio. € auf 159,4 Mio. € und sind im Berichtsjahr im Wesentlichen durch Anteilsverkäufe an die Anteilseigner des Mutterunternehmens bedingt.

Die Veränderung der langfristigen Schulden resultiert im Wesentlichen aus dem Anstieg der langfristigen sonstigen finanziellen Schulden (+8.282,1 Mio. €), der langfristigen Leistungen an Arbeitnehmer (+197,8 Mio. €) sowie der langfristigen latenten Steuerschulden (+67,8 Mio. €). Die Zunahme der langfristigen sonstigen finanziellen Schulden ist maßgeblich bedingt durch die erweiterte Passivierung von Leasingverbindlichkeiten im Rahmen der Anwendung des IFRS 16 sowie der Aufnahme eines Schuldscheindarlehens in Höhe von 537,0 Mio. €, wovon zum Stichtag 437,0 Mio. € ausgezahlt waren. Bei den langfristigen Leistungen an Arbeitnehmer führten insbesondere die gesunkenen Rechnungszinsen zu einem Anstieg der Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen, Abfertigungen und Jubiläumszuwendungen. Gegenläufig entwickelten sich insbesondere die sonstigen langfristigen Rückstellungen (-542,6 Mio. €) und die sonstigen langfristigen Schulden (-94,7 Mio. €), da aufgrund der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 die Rückstellungen für drohende Verluste aus belastenden Verträgen und Mietverpflichtungen sowie die Schulden aus ungünstigen Verträgen fast vollständig mit den Nutzungsrechten verrechnet wurden.

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich hauptsächlich durch den Anstieg der kurzfristigen sonstigen finanziellen Schulden (+1.311,7 Mio. €), der Schulden aus Lieferungen und Leistungen (+251,2 Mio. €) und der kurzfristigen sonstigen Schulden (+113,9 Mio. €). Die Zunahme der kurzfristigen sonstigen finanziellen Schulden ist im Wesentlichen bedingt durch die erstmalige Passivierung von Leasingverbindlichkeiten im Rahmen der Anwendung des IFRS 16. Maßgeblich für die Veränderungen der Schulden aus Lieferungen und Leistungen war die Erstkonsolidierung der RZAG und ihrer Tochtergesellschaften zum 1. Mai 2019. Der Anstieg der sonstigen kurzfristigen Schulden resultierte insbesondere aus höheren erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen nahezu ausschließlich im Geschäftsfeld Touristik, gestiegenen Schulden aus Kundenbindungsprogrammen im Geschäftsfeld Handel Deutschland und aus der Einführung des Kundenbindungsprogramms „Jö-Card“ in Österreich sowie aus gestiegenen Schulden aus ausstehenden Stromrechnungen aufgrund neuer regulatorischer Vorgaben.

Gegenläufig haben sich die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen (-107,7 Mio. €) und die kurzfristigen Leistungen an Arbeitnehmer (-35,0 Mio. €) entwickelt. Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen verminderten sich insbesondere aufgrund gesunkener Rückstellungen für drohende Verluste aus belastenden Verträgen und Mietverpflichtungen, da diese aufgrund der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 mit den Nutzungsrechten verrechnet wurden. Maßgeblich für die

Veränderung der kurzfristigen Leistungen an Arbeitnehmer ist der Rückgang der Schulden für Jahressonderzahlungen insbesondere in den Geschäftsfeldern Handel Deutschland und Handel International.

Ferner bestehen zum Bilanzstichtag Eventualschulden in Höhe von 753,1 Mio. € (Vorjahr: 497,2 Mio. €), die im Wesentlichen Bürgschaften gegenüber Kreditinstituten und Bürgschaften für Mietverpflichtungen sowie für Warenschulden beinhalten. Darüber hinaus wurden sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 252,8 Mio. € (Vorjahr: 394,0 Mio. €) im Geschäftsfeld Touristik gegenüber Leistungsträgern eingegangen. Im Berichtsjahr ergeben sich zusätzlich sonstige Eventualschulden aus dem Erwerb der Anteile an der Lekkerland AG, Frechen, sowie der Kommanditanteile an der Lekkerland AG & Co. KG, Frechen. Mit Abschluss des Kaufvertrages hat sich der Erwerber verpflichtet, diverse Verpflichtungen des Verkäufers zu übernehmen.

Wesentliche Ereignisse nach Ende der Berichtsperiode werden unter Punkt 42 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“ im Konzernanhang beschrieben.

## **4. LEISTUNGSINDIKATOREN**

### **Finanzielle Leistungsindikatoren**

Die bedeutsamsten Steuerungskennzahlen der operativen Einheiten des Konzerns sind Umsatz und (internes) EBITA. Da für unsere Filialen der Marktdeckungsbeitrag ein wesentliches Steuerungsinstrument des operativen Geschäfts ist, wir einen möglichst klaren Blick auf die tatsächlich verursachten Kosten benötigen und die Miete einen wesentlichen Bestandteil der Kosten einer Filiale ausmacht, ist eine um IFRS-16-Effekte bereinigte Darstellung notwendig. Ähnliches gilt für alle Effekte, die nicht im Zusammenhang mit der Steuerung des operativen Geschäfts stehen. Daher haben wir Effekte, die auf operativer Ebene die Ergebnisentwicklung wesentlich beeinflussen, aber in der Beurteilung auch zu einer Fehlsteuerung führen können, unterhalb des EBITAs intern dargestellt. Die Herleitung des zur Steuerung maßgeblichen EBITAs erfolgt durch Bereinigung der externen Zahlen um Effekte aus:

- IFRS 16 Leasingverhältnisse,
- Rückstellungen für belastende Verträge,
- Zuschreibungen zu langfristigen Vermögenswerten,
- Wertminderung (ohne Firmenwerte) und
- Ergebnis von Derivaten bei Fremdwährungssicherung.

Die Überleitung von den internen Kennzahlen auf die externen Kennzahlen stellt sich wie folgt dar:

in Mio. €	2019	2018	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
<b>EBITDA (interne Definition)</b>	<b>2.116,4</b>	<b>1.630,4</b>	<b>486,0</b>	<b>29,8</b>
OC-Rückstellungen (Ertrag/Aufwand)	28,4	179,8	-151,4	-84,2
Ergebnis Derivate bei Fremdwährungssicherung	-0,5	0,0	-0,5	0,0
Aufwendungen/Erträge im Zusammenhang mit IFRS 16 exkl. Abschreibungen	1.925,5	0,0	1.925,5	0,0
<b>EBITDA (externe Definition)</b>	<b>4.069,8</b>	<b>1.810,2</b>	<b>2.259,6</b>	<b>&gt; 100</b>
Abschreibungen (ohne Wertminderung und Leasing)	-1.250,4	-1.221,7	-28,7	2,3
OC-Rückstellungen / Fremdwährungssicherung / Leasing	-1.953,4	-179,8	-1.773,6	< -100
<b>EBITA (interne Definition)</b>	<b>866,0</b>	<b>408,7</b>	<b>457,3</b>	<b>&gt; 100</b>
Wertminderung inkl. Leasing	-443,7	-51,0	-392,7	< -100
Zuschreibungen	13,0	27,6	-14,6	-52,9
OC-Rückstellungen (Ertrag/Aufwand)	28,4	179,8	-151,4	-84,2
Ergebnis Derivate bei Fremdwährungssicherung	-0,5	0,0	-0,5	0,0
Reisevorleistungen	15,6	0,0	15,6	0,0
Abschreibungen Nutzungsrecht	-1.602,5	0,0	-1.602,5	0,0
Zuschreibungen Nutzungsrecht	123,0	0,0	123,0	0,0
Aktivierung Mietaufwand	1.967,1	0,0	1.967,1	0,0
sonstige Erträge/Aufwendungen	-57,1	0,0	-57,1	0,0
<b>EBITA (externe Definition)</b>	<b>909,3</b>	<b>565,1</b>	<b>344,2</b>	<b>60,9</b>
Wertminderungen auf Firmenwerte	0,0	-10,4	10,4	100,0
<b>EBIT</b>	<b>909,3</b>	<b>554,7</b>	<b>354,6</b>	<b>63,9</b>

Auf Ebene des Konzerns 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. €	2019	2018
<b>Finanzmittelfonds am Anfang der Periode</b>	<b>626,7</b>	<b>646,2</b>
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	3.272,4	1.473,1
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-2.392,4	-1.863,0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-951,3	371,7
<b>Cashflow aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>-71,3</b>	<b>-18,2</b>
Konsolidierungskreisbedingte Änderung des Finanzmittelfonds	0,0	0,3
Währungskursunterschiede	2,2	-1,6
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>557,6</b>	<b>626,7</b>
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode der fortgeführten Geschäftsbereiche</b>	<b>557,6</b>	<b>626,7</b>
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	567,0	631,1
davon Kontokorrentkredite	-9,4	-4,4

Zu weiteren Erläuterungen verweisen wir auf Punkt 37 „Kapitalflussrechnung“ im Konzernanhang.

## Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

### **Mitarbeiter**

2019 waren im Jahresdurchschnitt 241.691 (Vorjahr: 231.565 ) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der REWE Group beschäftigt, davon 6.503 (Vorjahr: 6.345 ) Auszubildende.

Der Anstieg der Mitarbeiteranzahl ist im Wesentlichen auf den Einbezug der RZAG und ihrer Töchter ab dem 1. Mai 2019 sowie den ganzjährigen Einbezug der UAB Palink, Vilnius (Litauen), 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**

Die REWE Group bietet Schulabgängern Erst-Ausbildungen im Vertrieb, in der Logistik und den Verwaltungsbereichen an. Bei guten Leistungen ist eine Übernahme nach der Ausbildung in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis in Vollzeit garantiert. Duale Studiengänge sowie das Angebot eines berufsbegleitenden Masterstudiengangs für REWE-Mitarbeiter runden das Angebot ab.

Um die Potenziale und die individuelle Entwicklung aller Beschäftigten bestmöglich zu fördern, baut die REWE Group ihre Personalentwicklungsmaßnahmen kontinuierlich aus und bietet allen Mitarbeitern und Führungskräften umfangreiche interne Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Das Unternehmen ist dabei bestrebt, möglichst viele Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren sowie qualifizierte und motivierte Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Neben zahlreichen Präsenztrainings werden auch hier die Chancen der Digitalisierung mit online abrufbaren Lerninhalten für unsere Mitarbeiter in den Zentralstandorten, in den Märkten und an den Logistikstandorten genutzt.

### **Gesundheit und Sicherheit**

Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement sind für die REWE Group wichtige Elemente der unternehmensinternen Sozialpolitik. Sie tragen dazu bei, der Unternehmensverantwortung nachzukommen sowie die Eigenverantwortung der Mitarbeiter für ihre Sicherheit und Gesundheit zu stärken. Gleichzeitig arbeiten wir daran, unsere Arbeitsbedingungen kontinuierlich zu verbessern.

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 zur Erfassung der physischen und psychischen Belastung und beraten bei der Gestaltung von Arbeitsplätzen. Darüber hinaus sind für uns Gewaltprävention sowie die Reduzierung von Muskel-Skelett-Belastungen durch die Optimierung des Mitarbeiterverhaltens am Arbeitsplatz (z. B. beim Heben, Tragen, Schieben, Sitzen) wichtige Themen. Neben obligatorischen Arbeitssicherheits-Unterweisungen bieten wir nach dem Grundsatz „fordern und fördern“ unseren Mitarbeitern verschiedene verhaltens- und verhältnispräventive Maßnahmen und Kurse an. Zudem wird gemeinsam mit dem betriebsärztlichen Dienst das Thema der psychischen Gesundheit (z. B. Sprechstunden oder eine Telefon-Hotline) intensiv bearbeitet. Auch im Gesundheitsmanagement werden die Chancen der Digitalisierung genutzt, um noch mehr Mitarbeitern als in der Vergangenheit eine Partizipation an den Angeboten zu ermöglichen. Hier stellt die REWE Group allen Mitarbeitern ein eigenes Online-Portal mit gesundheitsfördernden Inhalten zur Verfügung und schult Multiplikatoren zu diesen Themen.

### **Beruf und Lebensphasen**

Ob bei der 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 gewinnen und halten zu können. Daher bieten wir beispielsweise an einigen Standorten Betriebskindergärten und für alle Mitarbeiter den nationalen 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, z. B. die Auszeit S – Sabbatical.

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 der Initiative „LoS!“ unterstützt die REWE Group Mitarbeiter in kritischen Lebenssituationen schnell und praktisch. Durch die Ausbildung von sogenannten LoS!-Multiplikatoren, die als Wegweiser für Mitarbeiter mit Problemen dienen, in Kombination mit selbst entwickelten Handlungshilfen kann Mitarbeitern, die in eine Problemlage geraten sind, schnell geholfen werden.

### **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.

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 „Gesellschaftliches Engagement“. 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. Dabei ist die ganzheitliche Betrachtung der Lieferkette ein zentrales Element und integraler Bestandteil der Einkaufsprozesse. Die definierten Handlungsfelder der Säule „Grüne Produkte“ sind „Fairness“, „Ressourcenschonung“, „Tierwohl“ und „Ernährung“.

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 2018 zeigte, dass bereits eine Reduzierung um 43,0 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 35,0 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: „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 gesundheitsunterstützende Maßnahmen am Arbeitsplatz, insbesondere im Vertrieb und in der Logistik, die Gewährleistung der Sicherheit am

Arbeitsplatz und die Förderung der Mitarbeiter über alle Hierarchieebenen hinweg im Rahmen unserer systematischen Karriere- und Nachfolgeplanung. Weitere Schwerpunkte sind die Förderung von Integration und Inklusion sowie die Intensivierung von Maßnahmen zur Erhöhung des Anteils von weiblichen Führungskräften. Mittlerweile ist die REWE Group der größte deutsche Arbeitgeber, der sich durch das Audit „berufundfamilie“ zertifizieren lässt und die Maßnahmen, die eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie möglich machen, systematisch ausbaut.

#### **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: „Bewusste Ernährung und Bewegung“, „Chancen für Kinder und Jugendliche“, „Bewusster Umgang mit Lebensmitteln“ und „Artenvielfalt und Umweltschutz“.

Ein Engagement von besonderer Bedeutung ist für die REWE Group die Unterstützung der lokalen Tafel-Initiativen. So gehört das Unternehmen seit über 20 Jahren zu den Hauptunterstützern der mittlerweile deutschlandweit mehr als 940 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 über das Thema Nachhaltigkeit informieren.

Da entlang der Wertschöpfungskette von Verpackungen negative ökologische Effekte auftreten können, hat die REWE Group einen umfassenden Ansatz für Verpackungen entwickelt. So wurde in der Leitlinie für umweltfreundlichere Verpackungen das Ziel definiert, bis Ende 2030 100 Prozent der Eigenmarkenverpackungen umweltfreundlicher zu gestalten. Die Verpackungen von über 2.000 Artikeln wurden bereits verändert und dadurch rund 9.000 Tonnen Kunststoff pro Jahr eingespart. Zudem hat die REWE Group erstmals 2019 gemeinsam mit der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis eine Sonderauszeichnung vergeben, die nachhaltigere Produktverpackungsideen prämiiert. Der Sieger wurde am 22. November 2019 im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages in Düsseldorf ausgezeichnet.

Diese und weitere Aktivitäten der REWE Group werden ausführlich im jährlich erscheinenden REWE Group Nachhaltigkeitsbericht beschrieben.

# 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) und/oder Unternehmensreputation 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 der Zeitpunkt für 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 dokumentierte Maßnahmenpläne und -termine.

## Organisation des Risikomanagements

Die Rahmenbedingungen, Richtlinien und Prozesse für ein konzerneinheitliches Risikomanagement der REWE Group werden dabei zentral durch den Bereich Konzern-Controlling in Abstimmung mit den Zentralbereichen Governance & Compliance und Betriebswirtschaft erarbeitet.

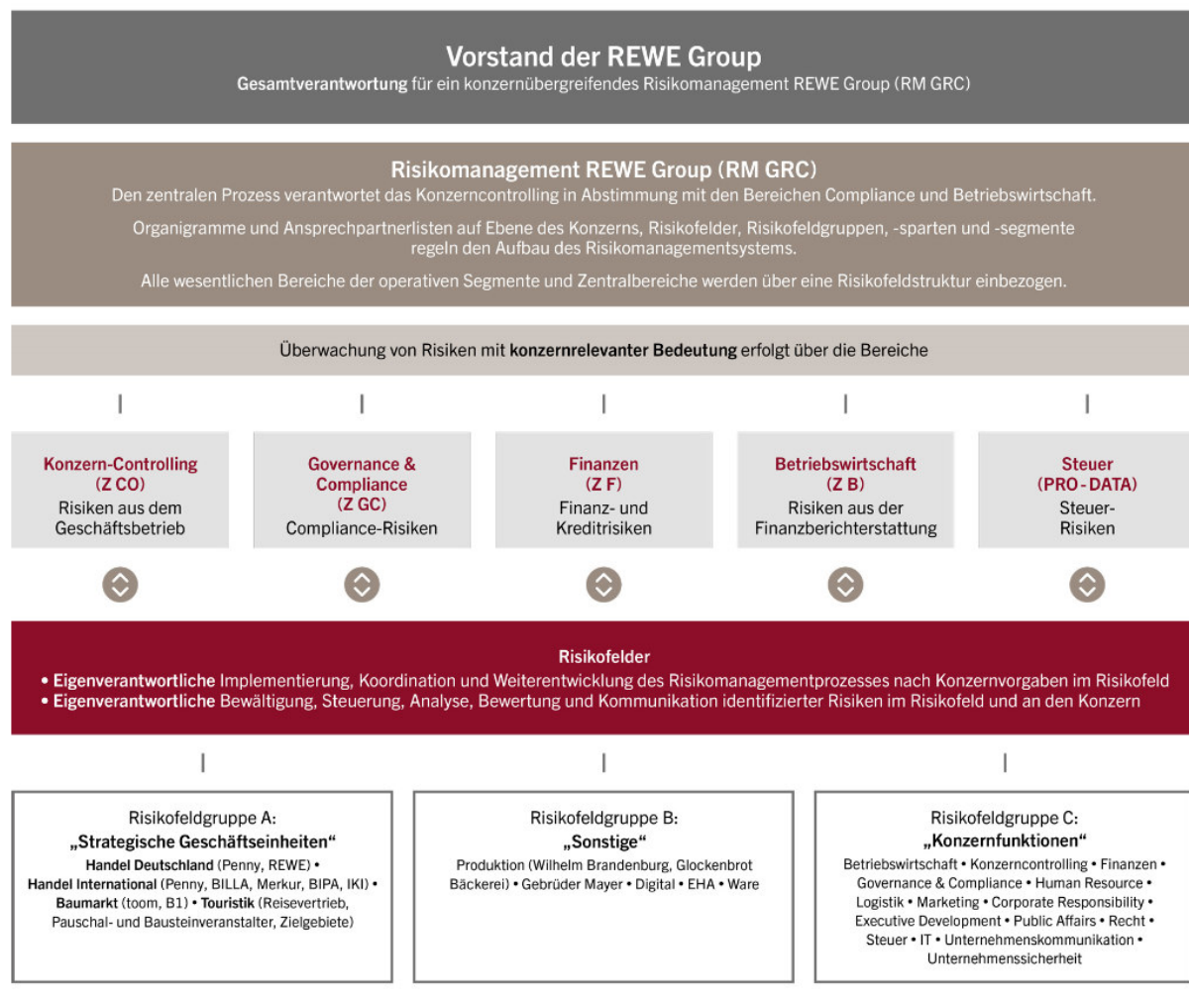
Der Aufbau und der Ablauf des operativen Risikomanagementprozesses werden im Rahmen vorgegebener Richtlinien des Konzerns über definierte Risikofelder in deren Eigenverantwortung dezentral organisiert.

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

Risiko-Checklisten in Form von Konzernempfehlungen werden von unseren Zentralbereichen erarbeitet und den Risikofeldern regelmäßig zur Unterstützung ihrer Risikoidentifikation und -analyse im Vorfeld der jährlichen Risikoinventur 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 den Konzern werden von ausgewählten Zentralbereichen aufgrund deren fachlicher 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 nach Beendigung der Risikoinventur und vor Erstellung des Risikoberichts diskutiert und abgestimmt.

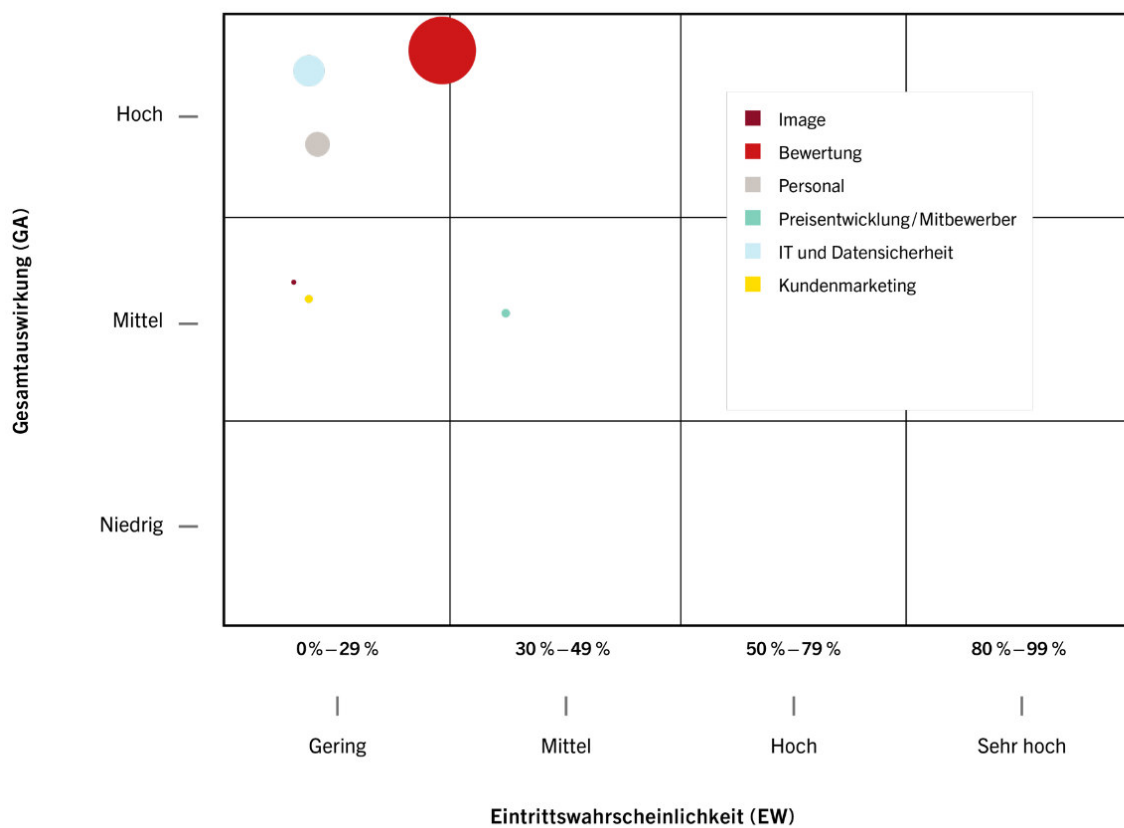


Jährlich werden unsere Führungs- und Aufsichtsgremien über die aktuelle Risikolage des Konzerns in standardisierter Form unterrichtet. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Risikoinventuren stichtagsbezogen melderelevante Einzelrisiken aus den Risikofeldern an den Konzern. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden anschließend auf Ebene des Konzerns zu Risikoarten aggregiert und gemäß ihrem Bedrohungspotenzial für unsere Geschäftstätigkeit, Vermögens-, 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 bezüglich Geschäftstätigkeit, Vermögens-, Finanz-, Ertragslage (VFE-Lage) und Reputation; mittel und gering: allenfalls moderate Bedeutung bezüglich 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 des Konzerns 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 zeitnah und auf direktem Wege 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.



## 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 ist die Risikoart Immobilien nicht mehr in den Top-Risiken enthalten. Die Risikoarten Preisentwicklung und Mitbewerber wurden aufgrund ihrer Überschneidungen ebenso zusammengefasst wie die Risikoarten Vermögenswerte und Mietverträge unter den Bewertungsrisiken.

## **a) Top-Risiken**

### **Bewertungsrisiken**

Unerwartete Budget- oder Prognoseabweichungen sowie Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen können dazu führen, dass Vermögenswerte, wie Immobilien und Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Nutzungsrechte, neu bewertet werden müssen. Dies kann die Ergebnisentwicklung des Konzerns 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 eingeleitet werden.

### **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. Zusätzlich werden unsere Mitarbeiter regelmäßig über wesentliche Veränderungen im Bereich der Datensicherheit durch Informationsveranstaltungen, Schulungen und Arbeitsanweisungen informiert.

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.

### **Personalrisiken**

Durch die Dominanz der Personalkosten im Handelsbereich stehen vor allem auch Personalrisiken im Fokus der Risikoberichterstattung. Die Entwicklung der Tarife und der Lohnnebenkosten sowie verstärkt die Verfügbarkeit von Arbeitskräften sind daher von großer Bedeutung. Vor allem die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt zeigt aktuell eine verstärkte Risikoentwicklung.

Auch im Zusammenhang mit Fremddienstleistungen und Werkverträgen besteht weiterhin ein Risikopotenzial. Die Sensibilisierung der Führungskräfte und Mitarbeiter durch Schulungen und Informationsveranstaltungen sowie Handlungsempfehlungen sollen etwaige Risiken bei der Beauftragung von Fremddienstleistern reduzieren.

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 des Konzerns 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.

### **Preisentwicklungsrisiken/Mitbewerber**

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.

Durch die verstärkten Markenartikellistungen bei den Discountern sowie im Non-Food-Bereich durch den weiterhin aggressiven Onlinehandel erhöht sich der Druck auf die Preisentwicklung in den Märkten. Da es sich bei diesen Artikeln im Wesentlichen um umsatzstarke Artikel handelt, wirken sich nachhaltige Preissenkungen bei diesen Artikeln wesentlich auf die Rohertragsentwicklung aus.

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.

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 deren 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 Onlinegeschäft 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 ihre Onlineaktivitäten vor allem im deutschen Lebensmitteleinzelhandel weiterhin verstärkt. Es ist geplant, das Segment weiter auszubauen und eine führende Position im deutschen Lebensmitteleinzelhandel im Onlinegeschäft einzunehmen.

Ständige Weiterentwicklungen der Marktkonzepte 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.

### **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 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.

## **Kundenmarketing**

Im Bereich des Kundenmarketings entstehen vor allem Risiken bei der Verbreitung und Verteilung der Kunden- und Produktinformation. Störungen im Informationsprozess sowie verzögerte oder falsche Kundeninformationen haben wesentlichen Einfluss auf die Umsatz- und Ertragsentwicklung. Die Verteilung der Aufgaben auf mehrere Lieferanten und Dienstleister soll das Risiko einer Abhängigkeit sowie wesentlicher Kommunikationsstörungen verringern.

## **b) Sonstige Risiken**

### **Finanzwirtschaftliche Risiken**

Der Konzern ist durch seine Geschäftstätigkeit verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, insbesondere dem Liquiditätsrisiko, dem Zinsrisiko, dem Fremdwährungsrisiko und dem Rohstoffpreisrisiko (Jet Fuel). Die Liquiditäts-, Zins- und Fremdwährungsrisiken werden gemäß der Konzernrichtlinie zum Finanzmanagement 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.

Zur Absicherung gegen Zinsänderungs-, Währungs- und Rohstoffpreisrisiken werden Termingeschäfte, Swaps und Optionen eingesetzt. Diese werden unter den sonstigen finanziellen Vermögenswerten bzw. Schulden ausgewiesen.

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), (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 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 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 2019 weiter ausgebaut. Die Konzeption des Compliance-Management-Systems der REWE Group nach dem IDW Prüfungsstandard PS 980 wurde bereits 2017 durch die externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG im Ergebnis ohne Einschränkungen bestätigt und konzernweit festgeschrieben. Im Zuge der Prüfung der „Angemessenheit des CMS“ werden weiterhin Compliance-relevante Prozessabläufe optimiert, inhaltlich und systemtechnisch angepasst sowie neue Prozesse aufgesetzt und sukzessive in der Gruppe implementiert. Der 2018 begonnene Ausbau des Schulungskonzeptes wurde 2019 weitestgehend abgeschlossen, mit dem Ziel der ganzheitlichen Implementierung in der REWE Group ab 2020. Des Weiteren wurden erneut zahlreiche Präsenzs Schulungen und Workshops durchgeführt, in denen den Mitarbeitern auch fachspezifisch ein Compliance-konformes Verhalten vermittelt wurde. Zu den bereits bestehenden interaktiven Onlineschulungen wurden auch 2019 Präsenzs Schulungen zum Thema Kartellrecht durchgeführt. Darüber hinaus wurde der Aufbau neuer Onlineschulungen zu den Themen „Integrität und Antikorruption“ 2019 abgeschlossen, die ab 2020 Group-weit ausgerollt werden. Auch das Angebot einer individuellen Compliance-Beratung wurde sowohl von den Führungskräften als auch von den Mitarbeitern genutzt. Nach Abschluss des Projekts der Reorganisation des Konzern-Richtlinienmanagements 2017, das seit 2016 im Verantwortungsbereich des Zentralbereichs Governance & Compliance liegt, wurden auch 2019 fortlaufend konzernrelevante Richtlinien auf die neue Systematik und in das eigens dafür geschaffene national und international gültige IT-System „House of Rules (HORUS)“ überführt und durch regelmäßige Kommunikationsmaßnahmen begleitet. Ein Regelprozess wurde implementiert. Die Überarbeitung und Modernisierung des Verhaltenskodex der REWE Group wurde 2019 abgeschlossen. Der Group-weite Rollout erfolgte zu Beginn des Jahres 2020 und wurde durch eine umfangreiche Kommunikationskampagne begleitet. Darüber hinaus wurde der Zentralbereich Compliance 2019 durch den Vorstand mit einem Group-weiten Projekt zur Durchführung eines Risk-Assessments zum Thema „Sanktionen & Embargos“ beauftragt.

Auf den REWE-internen Mitarbeiterplattformen stehen den Mitarbeitern weiterhin wesentliche Compliance-Informationen verständlich und aktuell zur Verfügung. Dort wird auch das Hinweismanagementsystem der REWE Group vorgestellt und werden alle möglichen 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 des Konzerns 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.

### **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 aktuell angespannte Situation in Europa, die intensiven Diskussionen zur Einwanderungs- und Asylpolitik und die unterschiedlichen Auffassungen der einzelnen Mitgliedsstaaten zur Europapolitik verfolgen wir sehr gezielt – insbesondere aber auch die Folgen des Austritts Großbritanniens aus der EU (Brexit). Zudem betrachten wir die Entwicklung des Konflikts zwischen den USA und dem Iran sowie die Auswirkung auf die politische und wirtschaftliche Entwicklung Europas sowie die Einflüsse des Coronavirus auf die Weltwirtschaft sehr genau.

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

Risiken oder Chancen, die sich aus der gesellschaftlichen und politischen Situation ergeben, werden wir genau analysieren und Maßnahmen, wenn notwendig, einleiten.

Besonders beschäftigen uns die Auswirkungen der Coronakrise auf die Gesellschaft und die wirtschaftliche Entwicklung des Konzerns. Da die Lage sehr unklar ist und nicht gesichert ist, ob die von den einzelnen Ländern eingeleiteten Maßnahmen greifen, ist eine Einschätzung der Auswirkung auf unsere geschäftliche Entwicklung zurzeit nicht möglich. Einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung werden die Dauer und die Intensität der Krise haben.

Zurzeit ist es die primäre Aufgabe der REWE Group, die Bevölkerung mit Lebensmitteln zu versorgen. Hierbei besteht ein besonderes Risiko darin, die Lieferketten weiterhin aufrechterhalten zu können. Wir können nicht abschätzen, ob zukünftig genügend Mitarbeiter in den Märkten und Lägern zur Verfügung stehen werden, um diese auch weiterhin betreiben zu können.

Die Touristikbranche ist vollständig zum Erliegen gekommen. Bereits gebuchte Reisen werden storniert, neue Reisen werden nicht gebucht und Zahlungsverpflichtungen ist nachzukommen.

Besonders im Geschäftsfeld Touristik ist der Einfluss auf die Entwicklung von der Dauer der Krise abhängig.

Resultierend aus den ausbleibenden Reisebuchungen sowie infolge von Stornierungen wegen der Coronakrise wird sich der Liquiditätsbeitrag des Geschäftsfelds Touristik zur Liquiditätsposition der REWE Group im Geschäftsjahr 2020 signifikant reduzieren. Im operativen Geschäft des Geschäftsbereichs Touristik werden entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen, um auf die geänderte Nachfragesituation zu reagieren und voraussichtliche Effekte auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung zu reduzieren.

Auch bei einer länger andauernden Schließung wesentlicher Zielgebiete sind die Liquiditätsreserven der REWE Group ausreichend, um allen Verpflichtungen fristgerecht nachzukommen.

Das Geschäftsfeld Baumarkt ist durch vorübergehende Marktschließungen von der Coronakrise betroffen. Eine zeitliche Ausweitung notwendiger Maßnahmen wie Marktschließungen oder Kundeneingrenzungen werden zu Umsatz- und Ergebniseinbußen führen.

Zusätzlich zu den Krisenstäben in den Einheiten ist zur besseren Überwachung der Aktivitäten und Risiken ein konzernweiter Krisenstab eingerichtet, der regelmäßig tagt und die Situation aktuell bewertet.

## Darstellung der Chancen

### **Markt und Kunde**

Die REWE Group ist in den Ländern West- und Osteuropas mit erfolgreichen Marken und Vertriebsstrategien vertreten. Durch die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und die Weiterentwicklung innovativer Vertriebskonzepte sowie 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 im Handel für starke Marken wie BILLA, MERKUR, BIPA, PENNY und IKI, 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 Onlineaktivitäten wollen wir weiterhin die Chancen nutzen, vom Wachstum des Onlinehandels bzw. Onlinegeschäfts zu profitieren. Gleichzeitig können wir unsere

Marktposition durch eine sinnvolle Verknüpfung unserer starken stationären Handelsaktivitäten und Dienstleistungsaktivitäten in der Touristik weiter ausbauen.

Durch die Integration neuer Geschäftsmodelle werden wir unsere Chancen nutzen, um weiteres stetiges Wachstum zu generieren und Synergien zu realisieren.

### **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, insbesondere die Entwicklungen im Zusammenhang mit dem Austritt Großbritanniens aus der EU, 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 aktuelle wirtschaftliche Unsicherheit infolge der Coronakrise hat einen wesentlichen Einfluss auf die Umsatz- und EBITA-Entwicklung der REWE Group. Es ist heute schwierig aufzuzeigen, wie die

Gesamtentwicklung für die Gruppe aussehen wird. Erkennbar ist, dass die Touristik- und die Baumarktbranche aufgrund der Restriktionen und Einschränkungen wesentliche Ergebniseinbußen hinnehmen müssen. Die Bewertung der Risiko-Lage ist sehr schwierig, da die Einschätzung von der Dauer und Intensität der Krise abhängt. Der Lebensmittelhandel verzeichnet derzeit eine positive Umsatz- und Ergebnisentwicklung aus der aktuellen Situation. Es ist aber nicht abzusehen, welche Umsätze und Roherträge nachhaltig auf das Jahr wirken und ob die Kostenentwicklung weiterhin in der bisherigen Struktur aufrechterhalten werden kann.

Insgesamt sind dennoch keine Risiken erkennbar, deren Eintritt den Fortbestand des Konzerns gefährden könnten.

# 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 Ausbreitung des Coronavirus und die Effekte auf die Weltwirtschaft sind zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht absehbar. Prognosen der führenden Wirtschaftsinstitute, die die künftige gesamtwirtschaftliche Entwicklung auf Landesebene darstellen, liegen derzeit noch nicht vor. Aus diesem Grund werden die Daten des International Monetary Fund (IMF) und der Gemeinschaftsdiagnose in der unten stehenden Tabelle dargestellt; es wird aber ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Prognosen die Auswirkungen der Coronapandemie nicht beinhalten. Um den Einfluss des Coronavirus dennoch im Prognosebericht zu benennen, wird auf landesspezifische andere Quellen zurückgegriffen, die eine andere Datenbasis aufweisen als die Gemeinschaftsdiagnose oder die des IMF.

Die konjunkturelle Unsicherheit wird 2020 sehr hoch sein: Die Weltwirtschaft, die bereits durch internationale Handelskonflikte und politische Spannungen geschwächt ist, wird durch den Ausbruch des Coronavirus erheblich beeinflusst werden. Selbst im günstigsten Fall einer nur schwachen Virusverbreitung über China hinaus, was nicht dem tatsächlichen Verlauf entspricht, ging die OECD von einer voraussichtlich starken Verringerung des weltweiten Wirtschaftswachstums in der ersten Jahreshälfte aus: als Folge von unterbrochenen Lieferketten, einem Rückgang des Tourismus und einer Verschlechterung des Geschäftsklimas. Entsprechend wäre in diesem Fall die Erwartung gewesen, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft von bereits schwachen 2,9 Prozent 2019 auf 2,4 Prozent im Jahr 2020 abschwächen wird. Bei einer stärkeren Ansteckungswelle im Asien-Pazifik-Raum und in den Industrieländern – wie es nun auch der Realität entspricht – geht die OECD davon aus, dass sich das globale Wachstum auf 1,5 Prozent reduzieren könnte. Die Maßnahmen zur Eindämmung des Virus und der Vertrauensverlust würden sich auf Produktion und Konsum derart auswirken, dass einige Länder in eine Rezession abrutschen könnten, darunter Japan und die Eurozone. Die Entwicklung zeigt sich sehr dynamisch und führt regelmäßig zu Änderungen in den Prognosen. Bereits zum jetzigen Zeitpunkt ergeben sich erhebliche Auswirkungen, wie die Einstellung der Produktion unter anderem in der Automobilindustrie, Grenzschließungen, weltweite Reisewarnungen und Einschränkungen des öffentlichen Lebens. Europa ist mittlerweile ein weiteres Zentrum der Coronakrise. Dazu kommt die globale Verbreitung mit weiteren Zentren in den USA sowie Südamerika.

## Prognose der Wirtschaftsdaten der REWE-Group-Länder auf Datenbasis der Zeit vor der Coronakrise

in Prozent <sup>1</sup>	BIP		Inflation		Arbeitslosigkeit	
	2019e	2020e	2019e	2020e	2019e	2020e
Deutschland	0,5	1,1	1,4	1,4	3,1	3,1
Österreich	1,6	1,7	1,6	1,6	4,6	4,6
Tschechien	2,5	2,6	2,4	2,2	2,1	2,0
Italien	0,2	0,5	0,8	1,0	10,0	9,8
Ungarn	4,6	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4
Rumänien	4,0	3,5	4,0	3,5	3,9	4,0
Slowakei	2,6	2,7	2,5	2,4	5,3	4,9
Russland	1,1	1,9	4,7	3,5	4,6	4,8
Litauen	3,4	2,7	2,4	2,4	6,1	6,1
Bulgarien	3,7	3,2	2,7	2,7	4,6	4,4
Schweiz	0,8	1,3	0,6	0,6	2,8	2,8
Großbritannien	1,3	1,4	2,0	1,9	3,9	3,8
Schweden	0,9	1,5	1,8	1,7	6,7	6,9
Norwegen	1,9	2,4	2,3	1,9	3,6	3,5
Frankreich	1,3	1,3	1,3	1,2	8,5	8,3
Dänemark	1,7	1,9	0,7	1,0	4,9	4,8
Ukraine	3,0	3,0	8,7	5,9	8,7	8,2
Kroatien	3,0	2,7	1,0	1,2	7,0	6,9

Quellen: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database Oktober 2019, Update Januar 2020; Gemeinschaftsdiagnose (Herbst 2019)

E = erwartet; <sup>1</sup> BIP-Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent

Während für **Deutschland** noch im Januar 2020 gemäß International Monetary Fund (IMF) im World Economic Outlook (WEO) ein robustes Wirtschaftswachstum auf verhaltenem Niveau (1,1 Prozent) zu erwarten war, sieht das Institut für Weltwirtschaft (IfW) im Zuge der weiter fortschreitenden Coronapandemie zwei Szenarien für die exportstarke deutsche Wirtschaft: im ersten Szenario wird ein Lockdown bis Ende April angenommen, dessen dämpfende Auswirkung ab Ende Mai allmählich nachlassen wird. Das IfW rechnet in diesem Szenario mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 4,5 Prozent. Das zweite Szenario wurde unter Zugrundelegung eines Lockdowns bis Ende Juli und einer allmählichen Erholung ab Ende August ermittelt: Hier erwartet das IfW einen Rückgang des BIP um 8,7 Prozent. Eingeleitete Corona-Schutzmaßnahmen wie z. B. Schließungen im Einzelhandel, die Einstellung der Produktion in der Automobilindustrie als Schlüsselindustrie in Deutschland und eine wegbrechende Auftragslage bei kleinen Unternehmen und Solo-Selbstständigen, wo als Folge mit einer hohen Insolvenzquote gerechnet wird, werden einen massiven Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung haben. Um die Folgen dieser Krise einzudämmen, werden diverse Maßnahmen durch die Bundesregierung eingeleitet (Härtefallfonds, vereinfachte Kreditbeschaffung für Unternehmen, Kurzarbeitergeld).

Für **Österreich** wurde vor der Ausbreitung des Coronavirus für 2020 vom IMF ein Wirtschaftswachstum leicht über dem Vorjahresniveau erwartet. Im UniCredit Bank Austria Konjunkturindikator wurde die Wachstumsprognose unter Berücksichtigung der Auswirkungen von Corona für Österreich von 1,0 Prozent auf -0,6 Prozent gesenkt. Es wird eine technische Rezession für

das erste Halbjahr erwartet. Inwiefern sich die Wirtschaft im zweiten Halbjahr wieder erholen wird, wird von der Dauer der Krise und den ergriffenen Maßnahmen abhängig sein. Es wird erwartet, dass die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt sich aufgrund von Kurzarbeit und Liquiditätsmaßnahmen im Rahmen halten werden: eine Arbeitslosenquote von 7,3 Prozent wird erwartet. Für 2020 wird eine rückläufige Inflationsrate erwartet, was zum einen durch eine infolge der Einschränkungen im öffentlichen Leben ausgelöste Konsumzurückhaltung und zum anderen durch gesunkene Ölpreise bedingt ist.

Die Prognose der konjunkturellen Entwicklung in **Italien** für 2020 vom IMF fiel schon vor Beginn der Coronakrise mit 0,5 Prozent sehr schwach aus. Italien ist in Europa derzeit von der Coronakrise am stärksten betroffen: Eine hohe Anzahl Infizierter und Verstorbener und ein überlastetes Gesundheitssystem haben massive Einschränkungen zur Folge (z. B. Ausgangssperre). Eine Einschätzung der wirtschaftlichen Folgen kann derzeit nicht getroffen werden, es wird aber erwartet, dass diese in Italien deutlich stärker als in den anderen Ländern ausfallen werden. Besonders stark betroffen sind unter anderem der Tourismus, die Gastronomie und Reiseveranstalter. Die italienische Regierung hat verschiedene Maßnahmen ergriffen, um die Auswirkungen auf die Wirtschaft zu verringern.

Das Coronavirus wird dem Wirtschaftsboom in den **osteuropäischen** Ländern, in denen die REWE Group vertreten ist, 2020 ein Ende setzen. Das Coronavirus trifft die Länder unterschiedlich schwer. Die Länder, die aktuell nicht so stark vom Ausbruch der Krankheit betroffen sind, werden die Auswirkungen über die Lieferketten verspüren, da es in Osteuropa eine starke Verflechtung nach China oder Italien gibt. Die Länder, die wesentlich von der Automobilindustrie abhängig sind, verspüren bereits jetzt massive Auswirkungen, die Produktion wurde komplett eingestellt. So wurden beispielsweise in Tschechien die Fabriken von Skoda, TPCA und Hyundai geschlossen, die Zulieferer folgten. Auch der Tourismus ist zum Erliegen gekommen. Um die Auswirkungen für die Wirtschaft abzufedern, wurde der Leitzins abgesenkt; die tschechische Regierung stellt für kleine und mittlere Unternehmen Kredite und Bürgschaften bereit.

Für das Wirtschaftswachstum der **Schweiz** wurde 2020 gegenüber 2019 vor Ausbruch der Coronakrise eine positive Entwicklung erwartet. Der Ausbruch und die Bekämpfung der Coronapandemie stellen die Wirtschaft vor große Herausforderungen. In der KOF Konjunkturprognose der Konjunkturforschungsstelle werden in drei Szenarien mögliche Verläufe, die allesamt eine Rezession in der ersten Jahreshälfte erwarten, dargestellt. Abhängig von den Prämissen wird für die Schweiz im Szenario mit den geringsten Auswirkungen ein BIP von 1,2 Prozent inkl. Sportveranstaltungen (0,8 Prozent ohne Sportveranstaltungen) erwartet; dieses Szenario unterstellt unter anderem, dass im dritten Quartal ein Großteil der ausgefallenen Produktion nachgeholt werden kann, die Einflüsse auf den Arbeitsmarkt werden nur sehr gering ausfallen. Im Negativszenario wird von einem BIP von -2,3 Prozent ausgegangen: Steigende Haushaltverschuldung, anhaltende Lieferschwierigkeiten, zunehmende Liquiditätsengpässe etc. belasten die Konjunktur maßgeblich.

Vor dem Ausbruch des Coronavirus war die wirtschaftliche Entwicklung in **Großbritannien** vor allem durch die Unsicherheiten des Brexits geprägt; das IMF ging für 2020 von stabilen Wachstumsraten gegenüber 2019 aus. Die Coronakrise hat Großbritannien und die britische Wirtschaft zunächst verspätet erreicht, stellt das Land aber mittlerweile vor eine große Herausforderung: Die britische



Regierung hat es versäumt, frühzeitig auf die Krise mit Maßnahmen zu reagieren, zudem ist das Gesundheitssystem bereits jetzt überlastet. Auch hier sind wesentliche Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung zu erwarten.

In **Skandinavien** fällt der Umgang mit der Coronakrise sehr unterschiedlich aus: während in Dänemark und Norwegen mit teils massiven Maßnahmen auf das Coronavirus reagiert wurde, agiert Schweden im Umgang mit dem Virus eher zurückhaltend. In Dänemark waren zu Beginn der Coronakrise im Wesentlichen Unternehmen mit direktem China-Geschäft betroffen, mittlerweile sind die am stärksten betroffenen Branchen Logistik, Tourismus und Erlebniswirtschaft. Sowohl der Industrieverband Dansk Industri als auch der Unternehmensverband Dansk Erhverv erwarten im besten Fall ein Wirtschaftswachstum von rund 1,0 Prozent. Für Schweden erwartet die Regierung im optimistischsten Szenario eine Abbremsung des BIP um 0,3 Prozentpunkte, in der pessimistischsten Variante um bis zu 0,8 Prozentpunkte.

Für **Frankreich** wurde vor Ausbruch der Coronakrise ein zum Vorjahr unverändertes Wirtschaftswachstum von 1,3 Prozent erwartet. Aber auch Frankreich wurde hart von der Coronakrise getroffen: Das Tempo, mit dem sich die Pandemie in Frankreich ausbreitet, hat sich drastisch beschleunigt, die staatlichen Maßnahmen zur Eindämmung werden fast täglich verschärft. Wachstumsaussichten für 2020 haben sich innerhalb kurzer Zeit eingetrübt, die französische Regierung geht derzeit von einem Rückgang von 1,0 Prozent aus. Einige Sektoren sind besonders stark von den Einschränkungen in der Bewegungsfreiheit betroffen: Veranstalterbranche, Hotellerie, Reiseveranstalter, Gaststätten und Luftfahrt. Es ist zu erwarten, dass die derzeitige Unsicherheit zu einer Investitionszurückhaltung bei Unternehmen und zu einem rückläufigen Konsum der privaten Haushalte führen wird. Aber auch die Unterbrechung internationaler Lieferketten sowie der Ausfall von Mitarbeitern wird die Unternehmen treffen. Große Unternehmen wie Michelin, PSA und Renault haben Mitte März die Schließung der Produktionsstätten angeordnet. Um die Wirtschaft zu stützen, wurden von der Regierung umfangreiche Maßnahmen erlassen wie z. B. Bürgschaften für kleine und mittlere Unternehmen, Erleichterung von Kurzarbeit, Stundung von Sozialausgaben und Steuern.

## **2. ERWARTETE UMSATZ- UND EBITA-ENTWICKLUNG**

Die aktuelle wirtschaftliche Unsicherheit durch die Coronakrise wird einen wesentlichen Einfluss auf die Umsatz- und EBITA-Entwicklung der REWE Group haben. Es ist heute schwierig aufzuzeigen, wie die Gesamtentwicklung für die Gruppe aussehen wird. Im Wesentlichen hängt dies vom Ausmaß und dem zeitlichen Verlauf der Pandemie ab. So werden gesetzliche und einschränkende Maßnahmen wesentlich das Bild des Alltags der Menschen prägen und Einfluss auf alle Bereiche des öffentlichen Lebens haben. Die Intensität und Unterschiedlichkeit der Maßnahmen in den einzelnen Ländern sorgen für zusätzliche weitere Unsicherheit und lassen den Verlauf der Krise nur erahnen. Daher werden die bisher erwarteten Umsatz- und EBITA-Entwicklungen in dieser Situation sicherlich nicht eintreffen. So zeigen sich bisher aufgrund der Bevorratung seitens der Bevölkerung und der Reduzierung des „Außer-Haus-Verkaufs“ zunächst starke Umsatzzuwächse im Lebensmittelhandel. Hingegen sind im Reisebereich die Reisebuchungen fast vollständig zum Erliegen gekommen.

Aufgrund der aktuellen Situation gehen wir für 2020 im Lebensmittelhandel von leicht höheren Umsätzen aus. Da es sich zum großen Teil um Umsatz aus Bevorratung handelt, werden sich die positiven Umsätze aus den ersten Monaten nicht vollumfänglich auf den Jahresumsatz auswirken.

Die Einschätzung der zu erwartenden internen EBITA-Entwicklung unterliegt einer großen Unsicherheit. Im Lebensmittelhandel erwarten wir eine moderate Steigerung der Ergebnisse gegenüber dem Vorjahr. Diese Einschätzung setzt aber voraus, dass die Lieferkette weiterhin aufrechterhalten werden kann. Sollte dies nicht gegeben sein, wird die Entwicklung nicht den angenommenen Verlauf nehmen.

Im Touristikbereich erwarten wir ein negatives internes EBITA. Da zurzeit die Reisebranche zum Erliegen gekommen ist und es nicht abzusehen ist, wie lange diese Situation anhält, ist eine genauere Aussage auch hier nicht möglich.

Das Geschäftsfeld Baumarkt ist durch vorübergehende Marktschließungen von der Coronakrise betroffen. Eine zeitliche Ausweitung notwendiger Maßnahmen wie Marktschließungen oder Kundeneingrenzungen wird zu Umsatz - und Ergebniseinbußen führen.

### **Handel Deutschland**

Grundsätzlich stehen in der Sparte **REWE** 2020 weiterhin die Stärkung der Preis- und Leistungswahrnehmung im stationären Geschäft sowie die Weiterentwicklung des Online-Geschäfts im Vordergrund. Investitionen in das bestehende Ladennetz und in die Logistik sichern langfristig die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

Aufgrund der aktuellen Situation liegt der Fokus aber auf der Aufrechterhaltung der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln. Hierbei müssen zum einen die Lieferkette sichergestellt und zum anderen die Abläufe im Markt gewährleistet sein.

Die positive Umsatzentwicklung der ersten Monate im Jahr 2020 hat einen positiven Einfluss auf die Ergebnisentwicklung. Zurzeit ist aber nicht abzusehen, welche Umsätze und Roherträge nachhaltig auf das Jahr wirken und ob die Kostenentwicklung weiterhin in der bisherigen Struktur aufrechterhalten werden kann.

Für die Sparte **PENNY** hatten wir für 2020 eine leicht negative Entwicklung des internen EBITAs geplant. Maßgeblich hierfür ist die verstärkte Wettbewerbsentwicklung im Discountbereich.

Zusätzliche Investitionen in das bestehende Ladennetz belasten weiterhin das Ergebnis.

Positiv auf die Ergebnisentwicklung wirken sich die Optimierung der Sortimente, effiziente Prozess- und Kostenstrukturen sowie eine steigende Filialanzahl aus.

Auch für PENNY ist die Aufrechterhaltung der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln in der aktuellen Situation eine große Herausforderung. Die positive Entwicklung der Umsätze im ersten Quartal 2020 führt zu einer positiven Ergebnisentwicklung. Da ein großer Teil hiervon in der Bevorratung begründet ist, ist fraglich, ob sich diese Entwicklung auf die Gesamtjahresentwicklung auswirken wird.

## **Handel International**

Im **Vollsortiment Österreich und CEE** sind wir für 2020 von leicht steigenden Umsätzen gegenüber 2019 ausgegangen. Die positive Entwicklung auf bestehender Fläche und die durchgeführten und noch geplanten Modernisierungen hätten weiterhin zu einem Umsatz- und Ergebniswachstum geführt. Die Entwicklung von BIPA Österreich läuft plankonform, belastet jedoch auch 2020 weiterhin das Ergebnis. Die geplanten Aktivitäten sind aber die Grundlage für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit in einem starken Umfeld.

Die Entwicklungen in Österreich werden, wie in Deutschland, wesentlich von der Coronakrise beeinflusst. Die Einflüsse auf Umsatz und Ergebnis sind in ähnlicher Ausprägung wie in Deutschland zu erwarten.

Auch in Osteuropa erwarteten wir eine positive Entwicklung der Umsätze durch das bestehende Ladennetz sowie durch die Expansionsaktivitäten. Die Situationen in Russland und der Ukraine bleiben auch weiterhin herausfordernd. Die Integration der UAB Palink, Vilnius (Litauen), trägt auch 2020 weiterhin zur positiven Entwicklung bei.

Bei **Penny International** wird ein steigender Umsatz gegenüber 2019 erwartet. Dies ist vor allem auf die positive Entwicklung bestehender Märkte sowie auf die weitere Expansion zurückzuführen. Die positive Umsatzentwicklung wirkt sich positiv auf die Ertragslage aus, wird aber durch Kostensteigerungen zum Teil wieder kompensiert. Trotz verschiedener Projektaktivitäten, der Expansionsinvestitionen in die Infrastruktur sowie der geplanten Kostensteigerung wird das geplante Ergebnis über dem des Jahres 2019 liegen.

Italien ist aktuell von der Coronakrise am stärksten betroffen. Eine hohe Anzahl von Infizierten und Verstorbenen sowie ein vollkommen überlastetes Gesundheitssystem führen zu einer extremen Belastung der Bevölkerung. Starke staatliche Einschränkungen des öffentlichen Lebens sowie die Schließung von nicht lebensnotwendigen Produktionsstätten belasten die Wirtschaft besonders stark. Für unsere Märkte steht, wie in allen anderen Ländern, vor allem die Versorgung der Bevölkerung im Vordergrund, was aber aufgrund der Rahmenbedingungen in Italien besonders schwierig ist. Trotz derzeitiger Umsatzzuwächse ist die Auswirkung der Krise auf unsere Umsatz- und Ertragslage heute nicht prognostizierbar.

## **Touristik**

Alle Prognosen, die die für das Geschäftsfeld Touristik relevanten Entwicklungen betreffen, sind aufgrund der Coronakrise nicht mehr haltbar. Da der Tourismus vollständig zum Erliegen gekommen ist, wird der Umsatz weit hinter den Erwartungen zurückbleiben. Hierbei spielt vor allem die Dauer der Krise eine wichtige Rolle. Je länger die Krise andauert, desto stärker werden die negativen Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung sein.

Der Liquiditätsbeitrag des Geschäftsfelds Touristik zur Liquidität der REWE Group im Geschäftsjahr 2020 wird sich aufgrund ausbleibender Reisebuchungen sowie Stornierungen bedingt durch die Coronakrise signifikant reduzieren. Im operativen Geschäft werden entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen, um auf die geänderte Nachfragesituation zu reagieren und voraussichtliche Effekte auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung zu reduzieren. Auch bei einer länger andauernden Schließung wesentlicher Zielgebiete sind die Liquiditätsreserven der REWE

Group auch ohne die Inanspruchnahme staatlicher Kreditprogramme ausreichend, um allen Verpflichtungen fristgerecht nachzukommen.

### **Baumarkt**

Das Geschäftsfeld **Baumarkt** ging von einer leichten Verbesserung der Umsatzsituation aus und plante bei steigenden Umsätzen auch ein leicht steigendes Ergebnis. Die Weiterentwicklung der Online-Aktivitäten in Verbindung mit dem stationären Geschäft sowie die positive Entwicklung auf der bestehenden Fläche stehen auch 2020 im Fokus des Handelns.

Der Baumarktbereich ist durch vorübergehende Marktschließungen von der Coronakrise betroffen. Eine zeitliche Ausweitung notwendiger Maßnahmen wie Marktschließungen oder Kundeneingrenzungen wird zu Umsatz - und Ergebniseinbußen führen.

### **Gesamtaussage der Unternehmensleitung zur Umsatz-, internen EBITA- und Verschuldungsentwicklung**

Für das Geschäftsjahr 2020 waren für die Geschäftseinheiten stark steigende Umsätze zu erwarten. Weitere Expansionen und Umbauaktivitäten sollten langfristig die Umsatzentwicklung stützen.

Durch eine positive Umsatzentwicklung, effiziente Kostenstrukturen und den Ausbau der Geschäftsmodelle hatten wir für 2020 – ohne Sondereffekte aus Unternehmensverkäufen und Konzernumstrukturierungen im Jahr 2019 – ein deutlich über dem Vorjahr liegendes internes EBITA geplant.

Durch die Coronakrise und die damit verbundene Unsicherheit bei der Beurteilung der aktuellen Umsatz- und Ertragsentwicklung in den einzelnen Geschäftsfeldern ist eine Gesamtaussage für die Gruppe nicht möglich. Aufgrund der aktuellen Entwicklungen erwarten wir vor allem in den Geschäftsfeldern Baumarkt und Touristik ein internes EBITA, das deutlich unter dem des Vorjahres liegt und durch eine etwaige positive Entwicklung im Lebensmittelhandel nicht aufgefangen werden kann. Die Auswirkungen sind vor allem abhängig von der Dauer der Krise und den damit verbundenen Einschränkungen. Wir erwarten für das Jahr 2020 ein leicht über dem Vorjahr liegendes internes EBITA.

Die Netto-Verschuldung wird 2020 stärker steigen als ursprünglich geplant. Dies ist hauptsächlich bedingt durch die Auswirkungen der Coronakrise, die noch nicht gänzlich absehbar sind. Die Rückzahlung von Kundenanzahlungen infolge der Stornierung von Reisen ist gesichert. Die REWE Group verfügt über ausreichende Kreditlinien, um jederzeitige Zahlungssicherheit zu gewährleisten.

Köln, den 8. April 2020