



**ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT**

- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

Mitarbeiter

CECONOMY führt nach der Spaltung die Aktivitäten der ehemaligen METRO GROUP im Bereich Consumer Electronics insbesondere mit den Vertriebsmarken MediaMarkt und Saturn fort.

Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich daher ausschließlich auf die unter CECONOMY fortgeführten Aktivitäten.

Nachhaltige Personalstrategie

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Relevanz unserer Konzepte, Formate und Marken zu erhöhen, unsere Kunden in einer zunehmend digitalen Welt zu unterstützen und ihnen mit unseren maßgeschneiderten Lösungen das Leben zu erleichtern. Dafür benötigen wir engagierte Mitarbeiter, die unsere Strategie in ihrem Arbeitsalltag mit Leben füllen und Mehrwert für unsere Kunden schaffen. Wir sind überzeugt: CECONOMY kann nur dann wachsen, wenn wir unsere Mitarbeiter fördern. In unserer Personalstrategie konzentrieren wir uns dabei auf zwei Schwerpunkte: zum einen auf das Personalmanagement, zu dem wir die Anwerbung, Bindung und Weiterentwicklung von Mitarbeitern zählen, zum anderen auf die Arbeitssicherheit und die Gesundheitsförderung. Ziel ist es, die besten Mitarbeiter zu gewinnen, sie entsprechend ihrer Leistungsbereitschaft und ihren Fähigkeiten zu fördern und sie langfristig an unser Unternehmen zu binden. Auf diese Weise wollen wir für bestehende und künftige Mitarbeiter ein bevorzugter Arbeitgeber sein.

Anwerbung von Mitarbeitern

Im Wettbewerb um die besten Fach- und Führungskräfte setzen wir bei CECONOMY auf Maßnahmen, die unsere Außenwahrnehmung bei potenziellen Bewerbern verbessern. Dazu zählt für uns auch die Ausbildung von Nachwuchskräften für den Handel, durch die wir Mitarbeiter aus den eigenen Reihen rekrutieren können.

Ausbildung bei CECONOMY

	2015/16 ^{1,2}	2016/17
Anzahl der Auszubildenden in Deutschland	2.420	2.328
Anzahl der Auszubildenden international	394	395
Neu eingestellte Auszubildende in Deutschland	801	780
Ausbildungsquote (einschließlich Praktikanten und Studenten) in Deutschland	8,9%	8,7%

¹ Durch eine Änderung der Betrachtungsgrundlage in Deutschland sind die Zahlen 2015/16 nicht mit den Vorjahreszahlen vergleichbar.

² Die Angaben für 2015/16 beziehen sich ausschließlich auf die MediaMarktSaturn Retail Group.

Bei der Ausbildung lag der Fokus im Geschäftsjahr 2016/17 auf den Themen „Kundenorientierung“ und „Digitale Kompetenzen“.

So wurde für die Auszubildenden von der MediaMarktSaturn Retail Group (MMSRG) Deutschland das Projekt „Digital Dino meets Digital Native“ ins Leben gerufen. Hierbei werden Tandems zwischen Auszubildenden und Mitarbeitern gebildet, um generationenübergreifend zu lernen.

Rund um die Verknüpfung Ausbildung und digitale Welt war CECONOMY durch die MMSRG als Wirtschaftsvertreter im Entstehungsprozess des neuen Ausbildungsberufs Kaufmann/-frau im E-Commerce beratend im Gremium des BIBB (Bundesinstitut für Berufsbildung) vertreten. Der Ausbildungsberuf wird zum 1. September 2018 eingeführt und bei der MMSRG Deutschland am Standort Ingolstadt ausgebildet.

Zusätzlich wird intensiv an digitalen Ergänzungsmodulen für alle Ausbildungsgänge bei CECONOMY gearbeitet.

Die Vertriebsmarke MediaMarkt hat im Geschäftsjahr 2016/17 die Anzahl der Auszubildenden weiter erhöht. Um die Ausbildung auch qualitativ auf höchstem Niveau zu halten, werden die Ausbilder in den Märkten auf der E-Learning-Plattform „Fit mit MediaMarkt“ durch einen eigenen Bereich (Ausbilder Tool Box) unterstützt. Hier finden sie jegliche Inhalte rund um Recruiting, Onboarding, Betreuung und Entwicklung der Auszubildenden.



ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

Auch die Vertriebsmarke Saturn setzt bei der Ausbildung auf die enge Zusammenarbeit mit den Ausbildern in den Märkten. Dazu fand ein nationales Ausbildertreffen statt. Hier wurde neben der Möglichkeit, sich auszutauschen und zu vernetzen, und der Durchführung von Impulsvorträgen gemeinsam an Inhalten einer zukunftsfähigen Ausbildung gearbeitet.

In der Azubi Academy werden die Auszubildenden bei Saturn auf ihren zukünftigen Beruf vorbereitet und durch die gesamte Ausbildung begleitet. Den krönenden Abschluss für alle Auszubildenden, die bei Saturn übernommen werden, bildet das jährliche Top Azubi Event.

Zusätzlich zur dualen Berufsausbildung bieten wir jungen Menschen auch die Möglichkeit, ein duales Studium mit Praxisanteilen aufzunehmen. Im Berichtsjahr 2016/17 waren in Deutschland circa 50 Studierende eingeschrieben.

ENTWICKLUNG VON NACHWUCHSKRÄFTEN

CECONOMY realisiert für die Nachwuchskräfte bei der MMSRG spezielle Traineeprogramme mit den Schwerpunkten Finance, IT und Multichannel. Diese Programme fördern die Eigenverantwortung der Absolventen und bieten zugleich individuelle Gestaltungsfreiheiten hinsichtlich Ablauf, Programmgestaltung und persönlicher Weiterbildung.

Die Vertriebsmarken MediaMarkt und Saturn setzen dabei in Deutschland auf den kontinuierlichen Ausbau ihrer dualen Studiengänge. Der Schwerpunkt liegt hier auf individueller Entwicklung und bedarfsgerechter Weiterbildung der Nachwuchskräfte.

Um den Austausch und die Vernetzung innerhalb der Talentgruppen sowie mit dem Management zu fördern, fand bei Saturn unter anderem ein Talenttag statt.

ARBEITGEBERMARKE UND PERSONALMARKETING

Durch das Re-Branding von „Media-Saturn“ auf „MediaMarktSaturn Retail Group“ konnte CECONOMY auch die Arbeitgebermarke MMSRG bei Absolventen und Young Professionals stärken. Dies unterstützt im Rahmen der Rekrutierung dabei, die Bekanntheit und Identifikation für po-

tenzielle Talente herzustellen. Im Zuge dessen konnte von der MMSRG eine kreative und ansprechende IT-Kampagne erarbeitet und umgesetzt werden. Um einen attraktiven Außenauftritt abzurunden, wurde die Karriereseite überarbeitet. Hier ist der Weg zu unserem Karriereportal nun mit wenigen Klicks erreichbar.

CECONOMY setzt in der Rekrutierung von Nachwuchstalenten und IT-Spezialisten weiter verstärkt auf den direkten Dialog. Um Nachwuchs zu generieren, waren auch im Geschäftsjahr 2016/17 Repräsentanten von CECONOMY als Teilnehmer an Messen, Hochschulen und Workshops vertreten. Erstmals war CECONOMY auf dem Taktraum Festival und dem Metronom – regionalen Veranstaltungen, die einen intensiven Austausch mit Studenten ermöglichen – vertreten.

Um dem IT-Fachkräftemangel zu begegnen und digitale Kompetenzen zu stärken, setzt CECONOMY auf die Teilnahme an Hackathons und Meetups – Veranstaltungen und Foren, auf denen an konkreten IT-Fragestellungen gearbeitet wird beziehungsweise Trends und Innovationen besprochen werden. Erstmals war die MMSRG auf der DAHOAM, einer Konferenz für Entwickler, vertreten. Ergänzend dazu wurden die Social-Media-Kanäle weiter ausgebaut.

Zudem wurde bei der MMSRG ein Mitarbeiterempfehlungsprogramm namens #plus1 ins Leben gerufen. Ziel ist es, Mitarbeiter zu ermutigen, ihrem unmittelbaren Netzwerk auch offene Stellen innerhalb von CECONOMY zu empfehlen.

BELIEBTER ARBEITGEBER: VON NULL AUF 26

Zum zwölften Mal wurden 20.000 Schüler der Klassen acht bis 13 an allgemein- und berufsbildenden Schulen zu ihren Wunscharbeitgebern und Karriereplänen befragt. Die MMSRG sprang in der Studie in diesem Jahr von null auf 26 und ist zum ersten Mal unter den Top 100 – und das, obwohl der Handel im Branchenvergleich der Studie sogar leicht verloren hat.



ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

Vergütungsmodelle und Nachfolgeplanung

Unternehmertum ist ein bei CECONOMY und insbesondere bei der MMSRG traditionell stark verankerter Wert. Die Vergütungsstrukturen orientieren sich daher am Markt und am Unternehmenserfolg. Durch eine gezielte Nachfolgeplanung ermöglichen wir unseren Fach- und Führungskräften eine attraktive Karriere innerhalb von CECONOMY.

LEISTUNGSORIENTIERTE VERGÜTUNG FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

Unsere Vergütungssysteme beinhalten eine monatliche Grundvergütung sowie einen einjährigen variablen Gehaltsbestandteil, dessen Höhe von der Profitabilität und der wirtschaftlichen Entwicklung unseres Unternehmens abhängt. Darüber hinaus gibt es grundsätzlich Modelle einer erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung, deren Ausgestaltung im Ermessen des Unternehmens liegt.

LEISTUNGSBEURTEILUNG UND NACHFOLGEPLANUNG

Innerhalb der CECONOMY ist die systematische Führungskräfteentwicklung eine zentrale Aufgabe der Geschäftsführungen der Gesellschaften. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Führungskräfte konsequent an den Bedürfnissen und strategischen Zielen unseres Unternehmens ausgerichtet sind. Zudem können wir unseren Führungskräften gezielt internationale Karrierewege eröffnen – unabhängig davon, in welcher Gesellschaft sie beschäftigt sind. Unsere Prozesse für die Karriereplanung ermöglichen es uns darüber hinaus, geeignete Kandidaten für Schlüsselpositionen im Unternehmen zu identifizieren und zu fördern. So stellen wir sicher, dass frei werdende Positionen möglichst aus den eigenen Reihen besetzt werden können.

INDIVIDUELLE LEISTUNGSBEURTEILUNG

CECONOMY hat neben dem Kompetenzmodell „Passion for the Customer“ ein onlinebasiertes 360-Grad-Feedbackinstrument für High-Potential-Führungskräfte eingeführt. Dieses ist flexibel einsetzbar und kann darüber hinaus auch für 180-Grad-Feedback genutzt werden.

FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG

Die deutsche Landesgesellschaft der Vertriebsmarke MediaMarkt hat den Weg, der mit dem Programm „Fit für Führung“ im vergangenen Jahr erfolgreich eingeschlagen wurde, in diesem Geschäftsjahr konsequent weiterverfolgt.

Das Pilotprojekt wurde mit 45 Führungskräften durchgeführt und abgeschlossen. Es wird hier auf die Dauerhaftigkeit der Maßnahmen gesetzt. So wurden der Austausch und die Vernetzung der Teilnehmer – auch verschiedener Führungsprogramme – unter anderem durch Alumni-Treffen gefördert.

Zusätzlich wurden zwei Förderprogramme durchgeführt: Das Talentprogramm, das bei dem Start in eine Karriere begleiten soll, und das Potenzialprogramm, das die Entwicklung junger Führungskräfte für die nächsten Schritte in der Führungs- und Fachkarriere beinhaltet.

Des Weiteren wurde das Zukunftsbild Führung ausgestaltet, um ein zeitgemäßes Führungsverständnis zu entwickeln, das den Anforderungen der Arbeitswelt 4.0 gerecht wird.

FLUKTUATIONSRATE DER MITARBEITER

Im Berichtszeitraum liegt die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bei CECONOMY bei 6,1 Jahren und ist damit geringfügig gegenüber dem Vorjahr angestiegen (2015/16: 6 Jahre bezogen auf die MMSRG). Die Fluktuationsraten unterscheiden sich stark je nach Region. In der Grafik sind zum Vergleich die Fluktuationsraten nach Regionen dargestellt. Die Fluktuationsquote ermittelt sich dabei als die Anzahl der Austritte im Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl der Mitarbeiter (nach Köpfen) im Berichtsjahr.

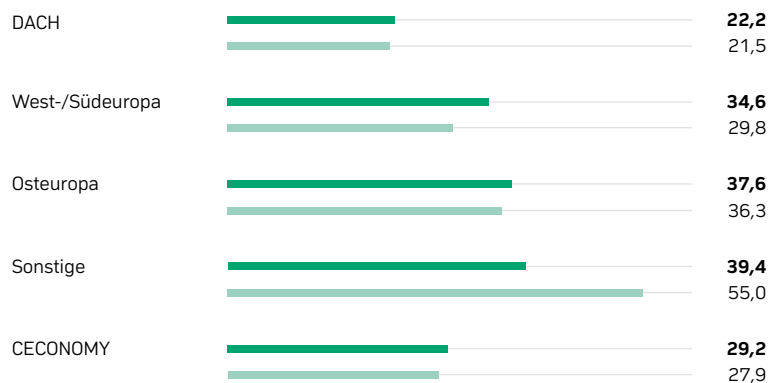


**ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT**

- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

Fluktuation
nach Regionen in %

■ 2016/17 ■ 2015/16¹



¹Die Angaben für 2015/16 beziehen sich ausschließlich auf die MediaMarktSaturn Retail Group.

Weiterentwicklung von Mitarbeitern

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, das kontinuierliche Lernen unserer Mitarbeiter zu fördern, um den aktuellen und künftigen Herausforderungen im Handel zu begegnen.

Ein zentraler Schwerpunkt für die Weiterbildung bei CECONOMY ist die Digitalisierung der Arbeitswelt. So hat die MMSRG im Mai 2017 zum dritten Mal die Veranstaltung „Digital Campus“ für alle Mitarbeiter am Standort Ingolstadt sowie ausgewählte internationale Kollegen aus den Landesgesellschaften durchgeführt, um die digitale Transformation des Unternehmens voranzutreiben. Das diesjährige Programm umfasste neun Themenwelten, unter anderem Data Era, Digital Transformation, Future Retail, Mixed Reality und Robotics. Während der zweitägigen Veranstaltung konnten die Mitarbeiter aus einem Angebot von mehr als 40 Vorträgen, Paneldiskussionen und auch neuen Formaten wählen. Darüber hinaus konnten die Mitarbeiter auf einer Messefläche von 600 Quadratmetern auf über 30 Messeständen die neuesten digitalen Pro-

dukte und Technologien ausprobieren oder zum Beispiel ihre digitalen Fähigkeiten in einem selbst entworfenen Digital Escape Room testen.

Mit Blick auf die Digitalisierung setzt CECONOMY auch weiterhin auf den Blended-Learning-Ansatz. Die E-Learning-Plattformen „Saturn Online Akademie“ und „Fit mit MediaMarkt“ wurden im vergangenen Geschäftsjahr unter anderem intensiv für das Onboarding neuer Mitarbeiter der beiden Vertriebsmarken eingesetzt.

MITARBEITERENGAGEMENT

Um den Erfahrungsschatz, das Wissen und die Kreativität der Mitarbeiter noch gezielter einzubinden, wurde bei der CECONOMY AG (damals: METRO AG) das Ideenmanagement „MyIdea“ ins Leben gerufen. Mitarbeiter, die Ideen haben, wie Abläufe optimiert, Prozesse vereinfacht oder Einsparpotenziale realisiert werden können, erhalten so die Möglichkeit, sie einzubringen. Die MMSRG hat im Juli 2014 das Ideenmanagement „Ideas4Us“ ins Leben gerufen.

Seither wurden rund 1.000 Ideen eingereicht und zahlreiche Vorschläge auf den Weg zur Umsetzung begleitet. Mit regelmäßigen Aktionen werden die Mitarbeiter dazu motiviert, Verbesserungsvorschläge unterschiedlichster Art einzureichen. Darüber hinaus steht den Mitarbeitern eine Ideen-Plattform zur Verfügung, in der sie Vorschläge einsehen und bewerten können, sowie verschiedenste Möglichkeiten, um sich über aktuell umgesetzte Ideen zu informieren. Mit Fokus auf die Digitalisierung ist es nun auch möglich, Ideen mobil einzureichen.

Arbeitsicherheit und Gesundheitsmanagement

CECONOMY legt großen Wert darauf, faire Arbeitsbedingungen für die gesamte Belegschaft sicherzustellen. Dabei spielen Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung in einer personalintensiven Branche wie dem Handel eine wichtige Rolle. Durch den demografischen Wandel wächst ihre Bedeutung weiter. Wir begegnen diesen Erfordernissen durch planvolles und strukturiertes Handeln.

So bietet die CECONOMY AG Mitarbeiterunterstützungsprogramme an, in deren Rahmen die Beschäftigten die Möglichkeit haben, psychologi-



**ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT**

- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

sehen Rat einzuholen. Bei betrieblichen Konfliktsituationen, aber auch bei privaten Sorgen stehen externe Experten zur Verfügung, die bei der Suche nach Lösungen unabhängig und anonym unterstützen.

Diversity-Management

	2015/16 ^{1,2}	2016/17
Durchschnittsalter Belegschaft (Jahre)	35,5	35,9
Anteil von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus an der Gesamtbelegschaft in Deutschland	15,8%	17,3%
Anteil von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus an der Gesamtbelegschaft, international	9,8%	10,7%
Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte in Deutschland	541	565
Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte, international	537	517

¹ Durch eine Änderung der Betrachtungsgrundlage in Deutschland sind die Zahlen 2015/16 nicht mit den Vorjahreszahlen vergleichbar.

² Die Angaben für 2015/16 beziehen sich ausschließlich auf die MediaMarktSaturn Retail Group.

Es ist unsere feste Überzeugung, dass Inklusion und Diversität zu besseren Geschäftsergebnissen für CECONOMY führen – durch bessere Repräsentation unserer Kunden im Unternehmen, durch den Zugang zu einem Mehr an Talenten und durch ein stärkeres Engagement und die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. Über die geschlechtsspezifische Vielfalt hinaus stellt unser Ansatz alle individuellen Mitarbeiter und deren Diversität in den Mittelpunkt und schafft damit Bedingungen, in denen sie am besten agieren können. Daher muss CECONOMY eine integrative Arbeitsumgebung und eine offene Arbeitskultur schaffen, in der individuelle Unterschiede geachtet, geschätzt und gefördert werden sowie eine vielfältige Belegschaft aufgebaut wird, in der jeder Einzelne seine individuellen Potenziale und Stärken voll entfalten und nutzen kann.

Zur erfolgreichen Unterstützung der Wachstumsstrategie setzt CECONOMY unter anderem auf internationale Zusammenarbeit. Insgesamt arbeiten bei CECONOMY Mitarbeiter aus 132 Nationen zusammen. Zum Stichtag 30. September 2017 sind 19,1 Prozent der Landesgeschäftsführer der MMSRG aus ausländischen Tochtergesellschaften.

Erklärtes Ziel ist die Förderung von Vielfalt im Unternehmen. Die Vielfalt unserer Mitarbeiter ist eine unserer großen Stärken für den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Der CECONOMY-„Code of Conduct“ schließt Diskriminierung aufgrund von Rasse, ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung oder Geschlecht kategorisch aus. Jegliche Form von Belästigung, zum Beispiel Mobbing oder sexuelle Übergriffe, ist verboten. Alle Mitarbeiter können sich bei Fragen dazu an ihre Führungskräfte oder auch den Compliance Officer wenden. Über ein Hinweisgebersystem haben alle Mitarbeiter außerdem die Möglichkeit, eventuelle Verstöße gegen diesen Grundsatz anonym abzugeben.

Bei der MMSRG wird dieser Grundsatz durch die Compliance-Richtlinie „Stil und Praxis“ umgesetzt. Diese schließt Diskriminierung konsequent aus. Alle Mitarbeiter können sich bei Fragen dazu an ihre Führungskräfte und die zuständigen Fachstellen wenden. Über ein internationales Meldesystem haben alle Mitarbeiter außerdem die Möglichkeit, Hinweise auf eventuelle Verstöße gegen diesen Grundsatz anonym abzugeben. Als „Equal Opportunity Employer“ bieten wir allen Mitarbeitern und Bewerbern volle Chancengleichheit, ungeachtet ihres Geschlechts und Alters, ihrer Rasse, ethnischen Herkunft, sexuellen Identität und möglichen Behinderungen, ihrer Religion oder ihrer Weltanschauung.

Durch Diversity Management streben wir einen der Mitarbeiterstruktur entsprechenden Anteil von Frauen in Führungspositionen an. Derzeit sind 39,9 Prozent Mitarbeiter der Gesamtbelegschaft von CECONOMY weiblich, in Deutschland 39,6 Prozent. In Führungspositionen liegt der Anteil bei 25 Prozent.

CECONOMY fördert Frauen unter anderem in Nachwuchstalentprogrammen. In 2016/2017 waren 42 Prozent der Trainees bei der MMSRG in Deutschland weiblich. Im Führungskräfteentwicklungsprogramm „Foundation Management Program“ lag der Anteil bei 40 Prozent.

CHANCENGLEICHHEIT IM BERUF

Im Rahmen unseres Diversity-Managements fördern wir die berufliche Chancengleichheit von Männern und Frauen. Gemeinsam mit weiteren börsennotierten deutschen Unternehmen hat sich CECONOMY (damals:

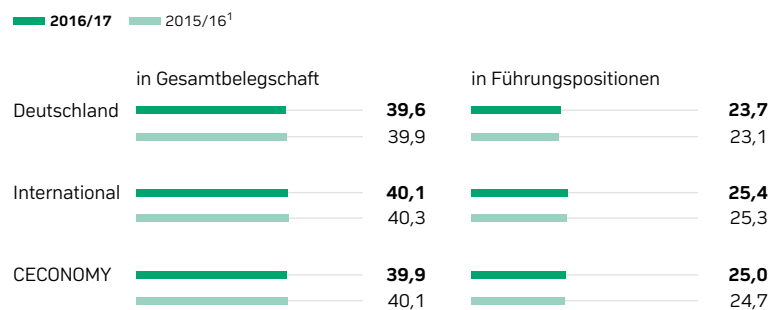


**ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT**

- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

METRO GROUP) bereits 2011 freiwillig dazu verpflichtet, den Anteil von Frauen auf den Führungsebenen eins bis drei weiter auszubauen. Im Geschäftsjahr 2013/14 hat CECONOMY (damals: METRO GROUP) die freiwillige Selbstverpflichtung zur Steigerung des Anteils von Frauen in Führungspositionen aktualisiert. In der CECONOMY AG soll der Anteil von Frauen in den ersten beiden Managementebenen unter dem Vorstand bis zum Ende des Geschäftsjahres 2019 15 Prozent auf der ersten Führungsebene und 45 Prozent auf der zweiten Führungsebene erreichen. Diese Ziele werden wir bei der Nachfolgeplanung und Rekrutierung berücksichtigen.

**Anteil Frauen
in %**



¹Die Angaben für 2015/16 beziehen sich ausschließlich auf die MediaMarktSaturn Retail Group.

➤ Weitere Informationen zu den Zielen für die Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats finden sich im Kapitel Corporate Governance – Corporate-Governance-Bericht.

LEBENSPHASENORIENTIERTE ANGBOTE ZUR VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Bei CECONOMY legen wir großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. So ist es für uns selbstverständlich, unseren Mitarbeitern flexible Arbeitszeitmodelle und eine weitreichende Homeoffice-Regelung anzubieten.

Die MMSRG ist am Unternehmenshauptsitz in Ingolstadt von der Hertie-Stiftung seit 2010 als familienfreundliches Unternehmen zertifiziert. Im Rahmen zahlreicher Maßnahmen, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erleichtern, werden in Ingolstadt Ferienbetreuungen sowie Krippenplätze für Kinder der Mitarbeiter angeboten. In Notfallsituationen können die Dienstleistungen des Vereins Mobile Familie e. V. bei Fragen zu Kinderbetreuung oder für die Pflege in Anspruch genommen werden.

Darüber hinaus bietet die MMSRG Unterstützung bei der flexiblen Gestaltung der Arbeitszeit. Durch das „3-Monats-Sabbatical“ haben Mitarbeiter die Option, eine längere Auszeit vom Berufsalltag zu nehmen. Das Programm „Mein Tag Auszeit“ ermöglicht es ihnen, bis zu zwölf zusätzliche Urlaubstage pro Jahr zu erhalten. Dies wird durch eine Reduktion des Gehalts kompensiert.

Die Teilzeitquote von CECONOMY liegt bei 19,5 Prozent. In Deutschland arbeiteten 16,8 Prozent unserer Mitarbeiter in Teilzeit, international 21,3 Prozent.

Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen

CECONOMY fördert den offenen Dialog zwischen ihren Mitarbeitern beziehungsweise deren Vertretern und dem Management auf verschiedenen Ebenen. Wir wollen nachhaltig gute Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter sichern und so zum Wachstum beitragen. Konkret bedeutet das:

- In all unseren Aktivitäten wenden wir die Prinzipien fairer Arbeitsbedingungen und sozialer Partnerschaft an.
- Wir bestärken das Management darin, eine offene und vertrauensvolle Arbeitsumgebung zu schaffen, in der Menschen ihre Ideen und Probleme teilen.
- Wir treffen unsere Mitarbeiter und/oder ihre Vertreter regelmäßig, um über das Geschäft zu informieren und sie um Feedback zu bitten.

Auf europäischer Ebene soll das CECONOMY-Euro-Forum die Funktion des europäischen Betriebsrats erfüllen.



**ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT**

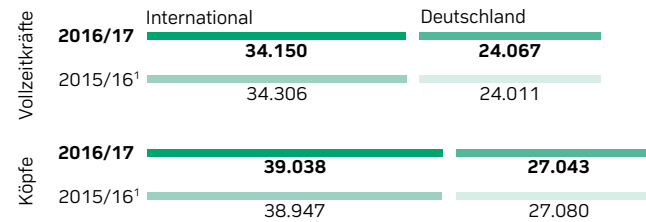
- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

Auch national führt CECONOMY den sozialen Dialog mit Betriebsräten und Gewerkschaften.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Im Berichtszeitraum beschäftigte CECONOMY durchschnittlich 58.217 (2015/16: 58.317 bezogen auf die MMSRG) Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das entspricht etwa dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Der größte Teil unserer Mitarbeiter ist außerhalb unseres Heimatmarkts Deutschland beschäftigt. Für die MMSRG waren im Berichtszeitraum durchschnittlich 58.141 Vollzeitkräfte tätig. Etwa 49 Prozent davon arbeiten in der DACH-Region, davon 41 Prozent in Deutschland.

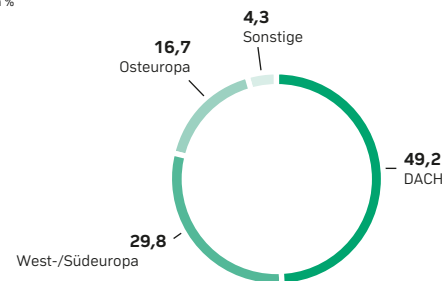
Mitarbeiter: Vollzeitkräfte und Köpfe



¹Die Angaben für 2015/16 beziehen sich ausschließlich auf die MediaMarktSaturn Retail Group.

Mitarbeiter nach Regionen 2016/17

auf Vollzeitbasis in %



Entwicklung des Personalaufwands

Unsere Personalaufwendungen liegen gegenüber dem Vorjahreszeitraum unverändert bei 2,3 Mrd. € (2015/16: 2,3 Mrd. € bezogen auf die MMSRG). Davon entfielen 1,9 Mrd. € (2015/16: 1,9 Mrd. €) auf Löhne und Gehälter. Der Rest entfiel auf soziale Abgaben sowie auf Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung.

Wir fördern den Aufbau der privaten Altersvorsorge unserer Mitarbeiter. Unser konzernweites Zukunftspaket bietet ihnen freiwillige Leistungen, die über branchenübliche tarifliche Standards hinausgehen. Im Berichtsjahr haben 4.155 Mitarbeiter in Deutschland dieses Angebot in Anspruch genommen (2015/16: 4.269 Mitarbeiter bezogen auf die MMSRG). Das entspricht einer Quote von 15,4 Prozent (2015/16: 15,6 Prozent).

➤ Weitere Informationen zum Personalaufwand finden sich im Anhang – Nummer 16 Personalaufwand.



**ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT**

- 43 Gesamtaussage des Vorstands der CECONOMY AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage von CECONOMY
- 44 Überblick über das Geschäftsjahr 2016/17 und Prognose
- 46 Grundlagen des Konzerns**
- 69 Wirtschaftsbericht
- 90 Nachtrags- und Prognosebericht
- 94 Risiko- und Chancenbericht
- 103 Vergütungsbericht
- 125 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB a.F. sowie erläuternder Bericht des Vorstands
- 134 Ergänzende Angaben für die CECONOMY AG (gemäß HGB)

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten zum Stichtag 30.09.¹

	Auf Vollzeitbasis ²		Nach Köpfen	
	2016 ³	2017	2016 ³	2017
Deutschland	25.037	25.060	28.083	28.122
Österreich	2.381	2.358	2.834	2.821
Schweiz	1.087	1.020	1.272	1.207
Ungarn	1.294	1.339	1.312	1.355
DACH	29.799	29.777	33.501	33.505
Belgien	1.564	1.585	1.642	1.660
Griechenland	793	737	859	789
Italien	5.213	4.932	5.870	5.594
Luxemburg	128	132	132	136
Niederlande	3.591	3.908	4.737	5.214
Portugal	540	514	604	563
Spanien	5.357	5.431	6.523	6.657
West-/Südeuropa	17.186	17.240	20.367	20.613
Polen	5.019	5.044	5.066	5.097
Russland	2.976	2.471	2.996	2.487
Türkei	1.921	2.043	1.921	2.044
Osteuropa	9.916	9.558	9.983	9.628
Sonstige	1.351	1.375	1.845	1.861
CECONOMY	58.251	57.951	65.696	65.607

¹ Durch eine Änderung der Betrachtungsgrundlage in Deutschland sind die Zahlen 2015/16 nicht mit den Vorjahreszahlen vergleichbar.

² Rundungsdifferenzen möglich

³ Die Angaben für 2015/16 beziehen sich ausschließlich auf die MediaMarktSaturn Retail Group.