



## Cash+Carry: Premiere für die Metro Group

**Hamburg. (28.12. / hm)** Zum ersten Mal wird die Düsseldorfer Metro Group mit ihrer Cash+Carry-Abteilung während der Internorga ausstellen, Europas Leitmesse für den modernen Außer-Haus-Markt. Die 79. Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien öffnet ihre Tore vom 04. bis 09. März 2005 auf dem Hamburger Messegelände.

Die Ausstellungsfläche wird im kommenden Jahr auf rund 74.000 Quadratmeter anwachsen, weil dann die erste neue Halle der Neuen Messe Hamburg mit rund 9.700 Quadratmetern zur Verfügung steht.



Für eine Beteiligung des viertgrößten Handelskonzerns der Welt an der Internorga spricht das Ziel der Metro Group, die Internationalisierung des Konzerns und vor allem des Cash+Carry-Geschäfts weiter voranzutreiben. Metro Cash+Carry ist weltweit Marktführer im Selbstbedienungsgroßhandel und zugleich mit rund 24 Milliarden Euro Umsatz (2002) die umsatzstärkste Vertriebslinie der Metro Group.

In Deutschland ist die Metro Cash+Carry Deutschland GmbH mit einem Umsatz von mehr als 6,5 Milliarden Euro in 2002 das mit Abstand umsatzstärkste Unternehmen seiner Art. Die Internorga unterstreicht mit der Beteiligung des Branchenprimus ihren Ruf als wichtigste europäische Fachmesse für den gesamten Außer-Haus-Markt.

Die Wurzeln der Metro Group liegen im 19. Jahrhundert mit Kurz-, Weiß- und Wollwarenhandel in Stralsund, doch gilt als Geburtsjahr der Metro in ihrer heutigen Form das Jahr 1964. Damals eröffnete Otto Beisheim den ersten Metro Cash+Carry-Markt als Deutschlands ersten Abholmarkt für Gewerbetreibende.

Die Metro Group hält nicht nur ein umfangreiches Sortiment für Wiederverkäufer aus der Gastronomie bereit. Das Unternehmen gehört selbst zu den erfolgreichsten Gastronomen Deutschlands: So zählt «Dinea» bundesweit zu den größten Systemgastronomie-Unternehmen mit einem Handelsgastronomie-Konzept, das nicht nur Frühstück, Kaffee und Kuchen bietet, sondern auch über ein umfangreiches Imbissangebot verfügt.

Dinea-Restaurants befinden sich in erster Linie in Warenhäusern. In Einkaufs- und Fachmarktzentren ist die Metro Group zudem mit der Vertriebsmarke «Grillpfanne» vertreten, und über die Dinea-Tochter «Axze

