

ZIELE

Innerhalb der fokussierten Handlungsfelder haben wir uns zur kontinuierlichen Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsleistungen spezifische Ziele gesetzt sowie Maßnahmen definiert, mit denen wir diese Ziele erreichen wollen. Über den ausgewiesenen Status des jeweiligen Ziels und der dazugehörigen Maßnahmen lässt sich der Grad der Erreichung ablesen.

Zielerreichungsgrad



Unternehmen

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
COMPLIANCE- ORGANISATION UND -MANAGEMENT	Die METRO GROUP optimiert kontinuierlich die Effektivität ihres Compliance-Management-Systems.		— Umsetzung der umfangreichen Kommunikationsstrategie zur Information der Mitarbeiter durch konzernweite Aufklärungskampagnen in unterschiedlichen Formaten (z. B. Compliance Day) sowie Berichte über Newsletter, das Intranet und Mitarbeiterzeitschriften usw.; wird 2013 fortgesetzt.	
			— Einführung von konzernweiten Antikorruptionsrichtlinien und Weiterentwicklung des konzernweiten Kartellrechts-Compliance-Programms mit umfangreichen Schulungsmaßnahmen.	
			— Implementierung eines internen Kontrollsystems zur Steuerung von Compliance-Risiken innerhalb operativer Abläufe, einschließlich systemischer Kontrollen, 4-Augen-Prinzip und Funktionstrennung. Alle Prozesse der ersten Welle wurden abgeschlossen, die Prozesse der zweiten Welle kommen 2013 zum Abschluss.	
			— Konzernweite Online-Umfrage unter den Führungskräften der Ebenen 1, 2 und 3 zur Messung der Fortschrittsentwicklung von Compliance in der METRO GROUP. Die Ergebnisse werden an den Vorstand berichtet und im Compliance-Newsletter kommuniziert. Die Umfrage fand 2012 statt.	
			— Geschäftspartner-Compliance-Check (auf der Basis des Compliance-Fragebogens) wird umgesetzt; Fragebögen von über 15.000 Lieferanten/Dienstleistern wurden gesammelt; Auswertung kommt 2013 zum Abschluss.	
			— E-Training-Plattform für Compliance-Schulungen wird in der Hälfte aller METRO GROUP Länder umgesetzt (erste Module: Antikorruption und Antitrust).	

Unternehmen

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
RISIKO- MANAGEMENT	Etablierung der Einbindung von Nachhaltigkeitskriterien ins Risikomanagementsystem bis 2012.		— Systematische Aufnahme von für die METRO GROUP wesentlichen Nachhaltigkeitskriterien in das Risikomanagementsystem. Dies wird seit Anfang 2012 durch eine Risikomanagementrichtlinie festgehalten. Seit 2012 sind relevante Risiken in Verbindung mit Nachhaltigkeit Teil der Risikoinventur.	

Handlungsfeld: Lieferkette und Produkte

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
RESSOURCEN- SCHUTZ / NAHRUNGS- SICHERUNG / NACHHALTIGE BESCHAFFUNG	Die METRO GROUP entwickelt ihre Strategie zum bestands-erhaltenden Fischeinkauf weiter.		— Erarbeitung von vertriebslinienspezifischen Umsetzungsleitlinien für die METRO GROUP Einkaufspolitik für nachhaltigen Fisch. — In allen METRO Cash & Carry Ländern muss bis Mai 2013 ein eigener Umsetzungsplan für die nachhaltige Fischstrategie erarbeitet werden. — In allen METRO Cash & Carry Ländern muss bis 2015 ein spezifischer Plan für nachhaltigen Fischeinkauf umgesetzt werden. — Gezielte externe und interne Kommunikation zur Stärkung des Bewusstseins für bestandserhaltenden Fischfang und nachhaltige Fischprodukte im Rahmen der Umsetzung der Fischstrategie bis 2015.	  
	Die METRO GROUP entwickelt und implementiert eine allgemeine Einkaufspolitik, die wichtige Ressourcen abdeckt.		— Erarbeitung einer allgemeinen METRO GROUP Einkaufspolitik bezogen auf wichtige Ressourcen bis Dezember 2013.	
	Die METRO GROUP initiiert und fördert die Entwicklung einer internationalen, branchenübergreifenden und produktumfassenden technischen Lösung zur Rückverfolgbarkeit.		— Auf Basis der bereits umgesetzten Projektschritte (vgl. Kapitel „Lieferkette und Produkte“) erfolgt nun die Umsetzung eines Pilotprojekts in der Produktkategorie Fisch bis Mitte 2014.	
	Die METRO GROUP weitet ihr Programm zu Lieferantentrainings in Entwicklungs- und Schwellenländern aus.		— Im März 2011 wurde in Russland ein UNIDO-Kooperationsprojekt mit 120 Eigenmarkenlieferanten von METRO Cash & Carry und Real gestartet. — 2012 wurde ein Pilotprojekt mit 17 Lieferanten abgeschlossen. Pläne für weitere Projektumsetzungen befinden sich in der Entwicklung. — 2011 wurde in Indien ein UNIDO-Kooperationsprojekt mit Eigenmarkenlieferanten von METRO Cash & Carry gestartet. — Ein Pilotprojekt mit 10 Lieferanten wurde abgeschlossen.	 

Handlungsfeld: Lieferkette und Produkte

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
RESSOURCEN- SCHUTZ / NAHRUNGS- SICHERUNG / NACHHALTIGE BESCHAFFUNG			— 2011 wurde in der Ukraine ein IFC-Kooperationsprojekt mit Lieferanten von METRO Cash & Carry gestartet. — 7 Schulungen für 41 METRO-Lieferanten wurden durchgeführt.	
			— 2012 wurde ein Pilotprojekt zur IFC-Partnerschaft mit Lieferanten von METRO Cash & Carry in Kasachstan gestartet, das bis März 2013 laufen wird.	
			— Das „Star Farm“-Programm von METRO Cash & Carry konnte 2010 weiter ausgebaut werden. 2011 startete ein „Star Farm“-Programm in Pakistan. In Zukunft bietet „Star Farm“ Trainingsprogramme auf regelmäßiger Basis an.	
RESSOURCEN- SCHUTZ / SORTIMENTS- GESTALTUNG	Umstellung einiger Real-Eigenmarken-Reinigungsmittel auf A.I.S.E.-Zertifizierung.		— Vertragsabschluss mit A.I.S.E. 2011. Einzelne Reinigungsmittel werden umgestellt.	
	Real Deutschland leistet einen Beitrag zur nachhaltigeren Gestaltung von Verpackungen.		— Ab 2011 Umstellung einiger Real-Eigenmarken-Tetra-Pak-/combiblock Verpackungen auf den Standard des Forest Stewardship Council®.	
	Die METRO GROUP leistet einen Beitrag zu nachhaltigen Verpackungen.		— Umsetzung einer METRO GROUP Verpackungspolitik bis Dezember 2013.	
INTERNATIONALE ARBEITSNORMEN / SOZIALSTANDARDS	Die METRO GROUP baut ihr Engagement für faire Arbeitsbedingungen bei ihren Lieferanten aus.		— Einbeziehung aller Nonfood-Eigenimport-Lieferanten in ein BSCI- oder äquivalentes Sozialstandardsystem bis 2015, sofern das Produkt in einem Risikoland hergestellt wurde (Definition Risikoland nach BSCI). — Projektbeginn mit Pilotprojekt in Deutschland.	
			— Die Umsetzung interner Abläufe bei Kontrolle und Dokumentation von Sozialstandardsystemen durch die gesamte Lieferkette wurde durch die Einführung einer systematischen IT-Unterstützung (Quality Link) verbessert.	
			— Durchführung einer Umfrage unter Nahrungsmittellieferanten zur Compliance im Hinblick auf BSCI oder äquivalente Sozialstandardsysteme bis Dezember 2013.	
			— Erarbeitung einer METRO GROUP Einkaufspolitik für faire Arbeitsbedingungen bis Dezember 2013.	

Handlungsfeld: Energie- und Ressourcenmanagement

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
KLIMASCHUTZ / RESSOURCEN- MANAGEMENT	Verbesserung der Datenqualität durch bessere Primärdatenabdeckung und höhere Qualität der Primärdaten zur zielgerichteten Steuerung und Erhöhung der Planungssicherheit bis Ende 2013.		— Einführung eines neuen CO₂-Erfassungs- und Kalkulationssystems mit Verkürzung der Berichtszeiten in den Jahren 2011 und 2012. — Implementierung eines intelligenten Energiesystems (Carbon Intelligence System). — Datenerhebung auf Standortebene.	
	Die METRO GROUP reduziert ihre Treibhausgasemissionen um 20 Prozent von 323 kg/m ² im Jahr 2011 auf 258 kg/m ² im Jahr 2020.		— Fortführung des „low-hanging fruit“-Programms als Energy Saving Programme; zusätzliches Programm zur Stärkung des Energiebewusstseins (Energy Awareness Programme) ab 2013. — Einführung eines neuen Reduktionsziels: Details siehe Kapitel „Die Klimabilanz der METRO GROUP“.	
	Die METRO GROUP reduziert ihre durch Stromverbrauch verursachten Treibhausgasemissionen bis 2020 um 21 Prozent im Vergleich zu 2011.		— Fortführung des „low-hanging fruit“-Programms als Energy Saving Programme; zusätzliches Programm zur Stärkung des Energiebewusstseins (Energy Awareness Programme) ab 2013. — Einführung eines neuen Reduktionsziels: Details siehe Kapitel „Die Klimabilanz der METRO GROUP“.	
	Die METRO GROUP reduziert ihre durch Heizungsenergieverbrauch verursachten Treibhausgasemissionen bis 2020 um 10 Prozent im Vergleich zu 2011.		— Fortführung des „low-hanging fruit“-Programms als Energy Saving Programme; zusätzliches Programm zur Stärkung des Energiebewusstseins (Energy Awareness Programme) ab 2013. — Einführung eines neuen Reduktionsziels: Details siehe Kapitel „Die Klimabilanz der METRO GROUP“.	
	Die METRO GROUP verbessert ihr Energiemanagement weiter.		— Ausbau der Erfassung und Kontrolle der Energieverbräuche mithilfe von Smart-Metering-Systemen. Ende 2012 sind 95 Prozent aller Verkaufsstandorte weltweit mit entsprechenden Systemen ausgestattet.	
			— Stärkung der Qualifikation und Verantwortung des Personals durch Schulungen. — Regelmäßige Schulungen der Haustechniker und jährliche Energiechecks. — Schulungen für METRO Energy Management System nahezu abgeschlossen. — Energy Awareness Programme beginnt 2013.	
			— Entwicklung einheitlicher Standards für Neu- und Umbauten. — Standardvorgehensweise („Standard Operating Procedure“) wurde im Februar 2013 veröffentlicht.	
			— Ausrollen erfolgreicher Effizienzmaßnahmen. — Maßnahmen 2012 umfassten den Austausch herkömmlicher Ventilatoren in Kühlanlagen durch energieeffizientere Modelle. — 2013 sind weitere Energiesparmaßnahmen geplant, z.B. LED-Beleuchtung, Luftvorhänge.	

Handlungsfeld: Energie- und Ressourcenmanagement

Thema	Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
KLIMASCHUTZ / RESSOURCEN-MANAGEMENT	Vollständige Installation des METRO GROUP Energy Management System (> 95 Prozent) im Jahr 2012.		— Ende 2012 waren 95 Prozent der Verkaufsstandorte weltweit mit diesem System ausgestattet.	
	Ab 2012 Überprüfung jeder Marktneueröffnung auf Möglichkeit des Einsatzes einer Photovoltaikanlage.		— Erstellung eines Projektplans inklusive Arbeitsanweisung. — Im Jahr 2013 Integration in die Standardvorgehensweise („Standard Operating Procedure“) für Bauprojekte (METRO Cash & Carry).	
	Überarbeitung der Energiefibel im Jahr 2012.		— Die Inhalte wurden gesammelt und in das Energy Awareness Programme integriert.	
	Ab 2015 Einsatz natürlicher Kältemittel in Kältemittelanlagen jeder Marktneueröffnung.		— Überprüfung technischer Machbarkeit. — Überprüfung in Pilotländern.	
			— Umstellung von Pilotanlagen. — 5 Pilotverkaufsstandorte im Jahr 2012.	
			— Durchführung von Lebenszyklusanalysen bezogen auf Instandhaltung und Reparaturen sowie Wiederauffüllung und Kosten über die gesamte Lebensdauer hinweg.	
	Die METRO GROUP reduziert ihre durch Kältemittel verursachten Treibhausgasemissionen bis 2020 um 29 Prozent im Vergleich zu 2011.		— Die Maßnahmen sind noch nicht vollständig bewertet und werden in den nächsten Fortschrittsbericht aufgenommen. — Einführung eines neuen Reduktionsziels: Details siehe Kapitel „Die Klimabilanz der METRO GROUP“.	
	Ab 2012 Erweiterung der Elektromobilität der METRO GROUP in Deutschland.		— Schaffung von Ladeinfrastruktur am Standort Düsseldorf. — Installation von 5 Ladesäulen im Jahr 2012. — Anschaffung von Elektrofahrzeugen (zunächst 2 Elektrofahrzeuge). — Installation von Ladesäulen an neuen Standorten, die zwischen 2012 und 2015 gebaut werden. — Teilnahme an der Ausschreibung E-Mobility in deutschen Showcase-Projekten.	
			— Ende 2012 erfüllen 95 Prozent der Lkws in Deutschland die Euro-5-Norm. Mit der Einführung von Euro 6 sind wir auf diesen Standard gewechselt. Aufgrund von Verfügbarkeitsproblemen mussten wir die Investition jedoch auf 2013 verschieben.	
	Die METRO GROUP reduziert die Umweltwirkungen der Logistik durch Maßnahmen, die auf Verhaltensänderungen der Fahrer abzielen.		— Rollierende Eco-Trainings der Fahrer tragen zur Senkung des Treibstoffverbrauchs bei. Alle Fahrer werden mindestens einmal geschult. Zudem werden Fahrer einmal pro Jahr unterwiesen.	
	Die METRO GROUP reduziert ihre durch Firmenwagen verursachten Treibhausgasemissionen bis 2020 um 10 Prozent im Vergleich zu 2011.		— Maßnahmen sind noch nicht vollständig bewertet und werden in den nächsten Fortschrittsbericht aufgenommen. — Einführung eines neuen Reduktionsziels: Details siehe Kapitel „Die Klimabilanz der METRO GROUP“.	

Handlungsfeld: Energie- und Ressourcenmanagement

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
KLIMASCHUTZ / RESSOURCEN- MANAGEMENT	Die METRO GROUP setzt ihre ökologischen Leitlinien beim Papiereinkauf für Werbemittel weiter um.		— 80 Prozent des Papiereinkaufs für Werbemittel umfasst ökologisch optimiertes Papier.	
			— Seit 2008 hat Real Deutschland durch Verkleinerung des Formats seiner Werbezettel seinen Papierverbrauch um 11 Prozent gesenkt.	
	Die METRO GROUP reduziert ihre durch Papierverbrauch verursachten Treibhausgasemissionen bis 2020 um 11 Prozent im Vergleich zu 2011.		— Maßnahmen sind noch nicht vollständig bewertet und werden in den nächsten Fortschrittsbericht aufgenommen. — Einführung eines neuen Reduktionsziels: Details siehe Kapitel „Die Klimabilanz der METRO GROUP“.	

Handlungsfeld: Mitarbeiter und Soziales

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
ARBEITS- SICHERHEIT UND GESUNDHEITS- SCHUTZ	Die METRO GROUP wird das Kennzahlen- und Reportingsystem zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz für die METRO GROUP bis Ende 2013 weiter ausbauen.		— Anpassung der Standards für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz der METRO GROUP durch Festlegung von einheitlichen Kennzahlen und Verfügbarmachung von weiteren Leitlinien und Normen, vorzugsweise in Verbindung zur Occupational Health and Safety Assessment Series (OHSAS) 18002. — Überprüfung und Optimierung von Gesundheits- und Arbeitsschutzmaßnahmen für Mitarbeiter in Märkten und Lagern als Teil dieser Maßnahme.	
NACHHALTIGKEITS- BEWUSSTSEIN	Die METRO GROUP wird das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung im gesamten Konzern fördern.		— Erarbeitung eines Konzepts und eines begleitenden Maßnahmenplans im ersten Halbjahr 2013 zur Stärkung des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Mitarbeiter und zur weiteren Einbettung der Nachhaltigkeit in alltägliche Geschäftsprozesse und -entscheidungen.	
VIelfALT	Die METRO GROUP wird den Anteil von Frauen in Managementpositionen kontinuierlich erhöhen.		— Verstärkung des Personalmarketings mit besonderem Schwerpunkt auf der Zielgruppe Frauen und stärkere Berücksichtigung von Frauen in der Führungskräfte-Entwicklung und Nachfolgeplanung. — 2011 und 2012 wurden die folgenden Maßnahmen durchgeführt: — Testimonial-Kampagne „Wir setzen auf Frauen in Führungspositionen“ im Jahr 2011, mit Fokus auf die Themen Vielfalt, Frauen und internationale Karriere-möglichkeiten innerhalb der METRO GROUP. — Initiierung des Mitarbeiternetzwerks „Frauen“ im Jahr 2012 mit entsprechender Verpflichtung des Vorstands.	
			— Im Rahmen der „DAX-30-Selbstverpflichtung“ soll der Anteil der Frauen in Führungspositionen (METRO-Führungsebenen 1–3) bis Ende 2013 auf 20 Prozent und bis Ende 2015 auf 25 Prozent gesteigert werden. 2012 betrug der Anteil 19,7 Prozent.	
	Mit einem aktiven Demografiemanagement wird die METRO GROUP die Stärken ihrer vielfältigen Mitarbeiterschaft gezielt fördern.		— Ausweitung der Qualifizierungs- und Förderprogramme sowie Schaffung von altersgerechten Arbeitsbedingungen einschließlich Präventivmaßnahmen.	

Handlungsfeld: Mitarbeiter und Soziales

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
MITARBEITER- BINDUNG	Die METRO GROUP wird die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter weiter ausbauen.		— Erarbeitung von neuen Trainingsmodulen in den Bereichen Kundenmanagement, Vertrieb und Einkauf sowie Ausbau von E-Training-Modulen.	
	Die METRO GROUP wird die Entwicklung und Förderung von Mitarbeitern weiter ausbauen.		— 2012 wurde entschieden, den Entwicklungscenteransatz auf Basis des neu formulierten METRO Cash & Carry Leitbildes mit der Initiative zum kulturellen Wandel abzustimmen. Nach Abschluss des Abstimmungsprozesses werden die Aktivitäten im Entwicklungscenter wieder aufgenommen.	
			— Entwicklung und Förderung der Mitarbeiter mithilfe von individuellen Entwicklungsplänen.	
	Die METRO GROUP wird das Mitarbeiterengagement kontinuierlich verbessern, um die Kundenzufriedenheit und den Geschäftserfolg zu steigern.		— Jährliche Mitarbeiterbefragung zur Messung des Mitarbeiterengagements. Steigerung des Mitarbeiterengagements von 37 Prozent im Jahr 2010 auf 70 Prozent im Jahr 2012.	
			— Erarbeitung von Aktionsplänen durch Mitarbeiterteams zur Steigerung des Mitarbeiterengagements. — Auf Basis der Ergebnisse der Befragung im Jahr 2011 wurde das Ziel mit mehr als 13.000 durch die Teams erarbeiteten Aktionsplänen im Jahr 2012 erreicht.	
FAIRE ARBEITS- BEDINGUNGEN UND SOZIALE PARTNER- SCHAFT	Die METRO GROUP wird ihr Engagement für faire Arbeitsbedingungen und soziale Partnerschaft erhöhen.		— Vertiefung der Zusammenarbeit mit dem europäischen Betriebsrat der METRO GROUP „Euro-Forum“.	
			— Weiterführung der Kooperation mit der internationalen Gewerkschaftsorganisation UNI Global Commerce.	
			— Die METRO GROUP hat ihr Bekenntnis zu fairen Arbeitsbedingungen und sozialer Partnerschaft vertieft. 2012 führte die METRO GROUP eine Selbstbewertung in allen Ländern sowie den konzernweiten Versand einer Broschüre durch, die die wesentlichen Fakten für faire Arbeitsbedingungen präsentiert.	

Handlungsfeld: Gesellschaftspolitik und Stakeholder-Dialog

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
CORPORATE CITIZENSHIP	Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Geld- und Lebensmittelspenden bei gleichzeitiger Reduzierung der Lebensmittelverschwendung.		— Vorantreiben der Unterstützung der Tafel- bzw. Food-Bank-Bewegung auf internationaler Ebene durch interne Ansprache der Vertriebsländer, um die Tätigkeiten in den Ländern auszubauen / aufzubauen. — Das „Care & Share“-Programm von METRO Cash & Carry wurde 2011 in 22 Ländern erfolgreich ausgerollt und 2012 auf 25 Länder ausgeweitet; im Jahr 2013 wird es auf 27 Länder ausgeweitet.	 
	Die METRO GROUP verfolgt den Dialog mit Experten und Stakeholdern zu Themen ihrer Handlungsfelder.		— Vertreter der METRO GROUP werden mindestens einmal pro Jahr mit ausgewählten Experten Themen in Verbindung mit globalen Herausforderungen diskutieren, die als geschäftsrelevant identifiziert wurden.	
STAKEHOLDER- DIALOG	Ausbau von Entwicklungs- oder Kooperationspartnerschaften.		— Regelmäßige Treffen mit Entwicklungsorganisationen wie UNIDO, GIZ, IDH (niederländische Initiative für nachhaltigen Handel), IFC und KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) oder Kooperationspartnern wie Bayer CropScience. — Treffen im Jahr 2012: — UNIDO: European Development Days Brüssel; UN System Private Sector Focal Points Meeting. — GIZ: reguläre Treffen und Austausch im Rahmen der DIAE (Deutsche Initiative für Agrarwirtschaft und Ernährung). — IDH: Treffen und Austausch zum Aufbau einer Kooperation bei ASC-Produkten (Aquaculture Stewardship Council). — IFC: Austausch zum Rollout der Kooperation in der Ukraine und Kasachstan. — Mit nahezu allen Partnern: Austausch und Zusammenarbeit im Kontext des WEF (World Economic Forum).	
	Etablierung von 79 Kundenbeiräten bei Real Deutschland 2011. Bis 2012 Ausweitung auf 154, 2013 auf 229 Kundenbeiräte.		— Vierteljährliche Treffen von 10 bis 15 Real-Kunden verschiedener Altersklassen zur Diskussion von Verbesserungspotenzial im Markt vor Ort. — 2012 gab es bereits über 220 Kundenbeiräte; somit gilt das Ziel als erreicht.	
	Die METRO GROUP leistet einen Beitrag zur Steigerung des Kundenbewusstseins in Bezug auf Abfallvermeidung.		— Im Einklang mit dem Retail Forum Agreement on Waste (Einzelhandelsabkommen über Abfälle) führt jede Vertriebslinie bis Juni 2014 eine Kampagne zur Bewusstseinsstärkung in Verbindung mit ihrem spezifischen Produktportfolio durch. — In Kooperation mit dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz führt METRO Cash & Carry in Deutschland eine Initiative durch, um Verbraucher über das Mindesthaltbarkeitsdatum zu informieren.	