

ZIELE

VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT IM UNTERNEHMEN

Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
METRO macht Nachhaltigkeit systematisch zum Bestandteil ihrer Arbeit.	 In Bear- beitung	Kontinuierliche Implementierung des Themas innerhalb der Geschäftsprozesse (fortlaufend): METRO stellt u. a. Richtlinien auf und berücksichtigt Nachhaltigkeitsaspekte bei Entscheidungsfindungen. Z. B. investieren wir jährlich zwischen 20 und 25 Mio. € in Energiesparmaßnahmen. Eine monetäre Bewertung von CO₂-Emissionen fließt dabei in die Entscheidung über Investitionsanträge mit ein. Schärfung des Bewusstseins der Mitarbeiter in Bezug auf nachhaltiges Verhalten. Fortentwicklung von Nachhaltigkeitskampagnen. — METRO erstellt und verbreitet fortlaufend interne und externe Kommunikationsmaterialien zum Thema „METRO und Nachhaltigkeit“. Z. B. haben wir am 22. März 2017 in der Zentrale in Düsseldorf sowie in 20 METRO Ländern den UN-Weltwassertag gefeiert. Diesen und andere wichtige internationale Nachhaltigkeitstage wollen wir künftig jährlich in den Zentralen sowie den Märkten in den Fokus stellen. — Wir führen Workshops zum Thema Nachhaltigkeit innerhalb unseres Unternehmens durch, insbesondere in den Landesgesellschaften. — Wir veranstalten regelmäßig Nachhaltigkeitsevents, wie z. B. eine Nachhaltigkeitswoche in der Hauptzentrale und Nachhaltigkeitstage in 16 METRO Cash & Carry Landesorganisationen. — Zudem stellen wir in der jährlichen Mitarbeiterumfrage METRO Voice auch eine Nachhaltigkeitsfrage. An der Umfrage nehmen 25 METRO Cash & Carry Landesorganisationen, 10 Servicegesellschaften und die METRO AG teil. Im Berichtsjahr waren 82 % aller teilnehmenden Mitarbeiter davon überzeugt, für ein umweltbewusst und sozial verantwortlich handelndes Unternehmen zu arbeiten.	 Maßnahme fortlaufend  Maßnahme fortlaufend
		Integration des Themas Nachhaltigkeit in bestehende Trainingsprogramme (teilweise erfolgt). — Bereits zum 3. Mal in Folge haben wir das METRO Sustainable Leadership Program durchgeführt, um bei unseren Führungskräften das Nachhaltigkeitsbewusstsein zu stärken. — Zudem betten wir Nachhaltigkeitsaspekte in das neue Programm zur Führungskräfteentwicklung, Lead & Win, ein.	 Maßnahme fortlaufend

NACHHALTIGER GESCHÄFTSBETRIEB

Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
METRO reduziert ihre Treibhausgasemissionen um 50 % von 369 kg CO ₂ e/m ² im Jahr 2011 auf 184 kg CO ₂ e/m ² im Jahr 2030.	 In Bear- beitung	Energy-Saving Programme: Investitionen in die Steigerung der Energieeffizienz und in erneuerbare Energien. Energy Awareness Programme: Stärkung des Bewusstseins zum Umgang mit Energie. F-Gas Exit Programme: Investitionen zur Reduzierung der Emissionen aus Kälteanlagen.	 Maßnahme fortlaufend
METRO hat sich im Rahmen der Resolution zur Lebensmittelverschwendung des Consumer Goods Forum verpflichtet, bis 2025 Lebensmittelverluste, die im eigenen Geschäftsbetrieb anfallen, im Vergleich zu 2016 um 50 % zu reduzieren.	 In Bear- beitung	Etablierung einer Waste Arbeitsgruppe im Rahmen der Operations Federation. Prüfung der Implementierung des Food Loss and Waste Protocol in einem Pilotland.	 Maßnahme fortlaufend

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG UND SORTIMENTSGESTALTUNG

Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
METRO hat sich in einer unternehmensweit geltenden Leitlinie zum nachhaltigen Fischeinkauf verpflichtet. METRO Cash & Carry hat sich 2016 zum Ziel gesetzt, bis 2020 80 % der 12 wichtigsten Fisch- und Meeresfrüchteartikel nachhaltig einzukaufen.	 In Bearbeitung	Positionierung von METRO sowie aktiver Austausch mit Experten zum Thema: METRO engagiert sich in diversen externen Gremien und Partnerschaften wie der Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI), dem North Atlantic Seafood Forum (NASF), dem World Economic Forum (WEF) und dem Marine Stewardship Council (MSC) für nachhaltige Fischerei. Im Juli 2017 unterzeichnete METRO z. B. die Tuna 2020 Traceability Declaration. Zudem finden Nachhaltigkeitsworkshops in den METRO Cash & Carry Landesorganisationen statt. Ziel ist es, pro Land einen konkreten Implementierungsplan zu erstellen.	 Maßnahme fortlaufend
METRO hat sich in einer unternehmensweit geltenden Leitlinie zum nachhaltigen Einkauf von Produkten mit Palmöl verpflichtet. METRO Cash & Carry hat sich 2012 zum Ziel gesetzt, bis 2020 100 % seiner Eigenmarkenartikel mit Palmöl nachhaltig einzukaufen.	 In Bearbeitung	Durchführung von Nachhaltigkeitsworkshops in den METRO Cash & Carry Landesorganisationen: Ziel ist es, pro Land einen konkreten Implementierungsplan zu erstellen. Kroatien, Polen und Italien haben bereits das reine Palmöl vollständig auf nachhaltig zertifiziertes Palmöl umgestellt.	 Maßnahme fortlaufend
Real hat seit 2015 100 % nachhaltiges Palmöl in sein Lebensmitteleigenmarken-Sortiment aufgenommen. Im Berichtszeitraum hat Real das neue Ziel definiert, bis 2025 100 % des Palmöls für seine Lebensmitteleigenmarken gemäß der Zertifizierungsart „Segregation oder Identitätssicherung“ einzukaufen.	 In Bearbeitung	Umfangreiche jährliche Lieferantenabfrage: Ziel ist es, die Verfügbarkeit bzw. den Einsatz von Palmöl bzw. Palmkernöl zu ermitteln, das gemäß „Segregation oder Identitätssicherung“ zertifiziert ist.	 Maßnahme fortlaufend
METRO hat sich in einer unternehmensweit geltenden Leitlinie dazu verpflichtet, die Umweltauswirkungen ihrer Eigenmarkenverpackungen zu verbessern. Bis 2018 wird METRO Cash & Carry in den an dem Projekt teilnehmenden Landesorganisationen sowie im Global Own Brand Management 10.000 Eigenmarkenverpackungen auf Optimierungspotenziale untersuchen, - Polyvinylchlorid (PVC)-Verpackungen – soweit technisch möglich – durch nachhaltigere Verpackungen ersetzen und - für 100 % der SIG- und Tetra-Pack-Getränkekartons eine Zertifizierung gemäß FSC® (Forest Stewardship Council®) nachweisen.	 In Bearbeitung	Untersuchung der Optimierungspotenziale: Dazu hat METRO das 5-R-Prinzip eingeführt: remove, reduce, reuse, renew und recycle. Überprüfung von Umweltauswirkungen von Verpackungen: Hier nutzt METRO Cash & Carry PIQET, ein System, mit dem sich der Lebenszyklus von Verpackungen analysieren lässt. Wissenstransfer und Best-Practice-Sharing: Hier führt METRO regelmäßig Verpackungsworkshops durch. 10 METRO Cash & Carry Landesorganisationen sowie das Global Own Brand Management haben sich landeseigene Zielgrößen gesetzt, um auf das Gesamtziel einzuzahlen. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden 15 % Verpackungsmaterialien eingespart. 83 % der Tetra-Pak- und SIG-Eigenmarkengetränkekartons waren im Geschäftsjahr 2016/17 FSC®-zertifiziert und 62 % aller Eigenmarkenverpackungen mit PVC wurden durch nachhaltigere Alternativen ersetzt.	 Maßnahme fortlaufend

1 Definition Risikoland nach BSCI.

2 Erfasst sind hierbei Fabriken für Handelsware (Nichtlebensmitteleigenmarken sowie -eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt durchführen.

Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
Real wird sukzessive 100 % der Papier- und Kartonverpackungen seiner Lebensmitteleigenmarken auf FSC® und PEFC umstellen und - alle Eigenmarkenverpackungen auf Verbesserungspotenziale hinsichtlich der Umweltauswirkungen (z. B. weniger Materialeinsatz, zertifizierte Materialien) überprüfen.	 In Bearbeitung	Diverse Projekte zum Thema Verringerung der Verpackung sowie Tests für alternative Verpackungen im Obst- und Gemüse-Bereich werden durchgeführt. Ein Ergebnis war etwa das Auslisten der Plastiktüte im Verkauf im Januar 2017.	 Maßnahme fortlaufend
METRO Cash & Carry hat sich 2016 im Rahmen einer Leitlinie zum Ziel gesetzt, bis 2020 Eigenmarkenprodukte mit einem Holz- bzw. Papieranteil von mehr als 50 % ausschließlich aus legalen und nachhaltigen Quellen zu beschaffen.	 In Bearbeitung	Durchführung von Nachhaltigkeitsworkshops in den METRO Cash & Carry Landesorganisationen mit dem Ziel, pro Land einen konkreten Implementierungsplan zu erstellen. Bereits seit 2015 nutzen wir in unserer Zentrale in Düsseldorf, Deutschland, 100 % Recyclingpapier. Ebenso sind 100 % der zentral beschafften Gartenmöbel, die wir als Eigenmarkenprodukte anbieten, heute schon FSC®-zertifiziert.	 Maßnahme fortlaufend
Real will alle Eigenmarken bis 2020 auf 100 % nachhaltiges Holz und Papier umstellen. Voraussetzung ist, dass mindestens 50 % des Gewichts dieser Rohstoffe in einem Produkt vorhanden sind.	 In Bearbeitung	Involvierung der Real Lieferanten hinsichtlich des Ziels sowie Implementierung einer Zusatzvereinbarung für Lieferanten.	 Maßnahme fortlaufend
Alle Real Drucker- und Kopierpapiere sowie Hygienepapiere für den Eigenbedarf des Unternehmens werden zudem auf 100 % nachhaltiges Holz und Papier umgestellt.			
Außerdem wird Real Serviceverpackungen wie z. B. Einpackpapier an den Servicetheken bis 2020 auf 100 % nachhaltiges Holz und Papier umstellen.			
METRO intensiviert ihr Engagement für faire Arbeitsbedingungen bei allen Produzenten in Risikoländern¹, in denen METRO SOURCING Importware herstellen lässt, sowie bei Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Spielwaren und Hartwaren herstellen. Schärfere Anforderung an Lieferanten: Alle genutzten Fabriken² müssen zum 1. Januar 2019 über mindestens akzeptable Auditergebnisse verfügen.	 In Bearbeitung	Fortführung der Einbeziehung aller Nichtlebensmitteleigenmarken-Fabriken² in ein gültiges BSCI- oder äquivalentes Sozialstandardsystem. Steigerung des Anteils gültiger Audits, z. B. durch Begleitung der Produzenten im Rahmen von Schulungen. Außerdem werden seit dem 1. Januar 2017 Neueinlistungen nur noch mit akzeptablen Audits anerkannt.	 Maßnahme fortlaufend

1 Definition Risikoland nach BSCI.

2 Erfasst sind hierbei Fabriken für Handelsware (Nichtlebensmitteleigenmarken sowie -eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt durchführen.

NACHHALTIGER KONSUM

Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
METRO initiiert und fördert die Entwicklung einer internationalen technischen Lösung zur Rückverfolgbarkeit, die alle Branchen einbezieht und alle Produkte umfasst.	 In Bearbeitung	Nach erfolgreicher Implementierung der Rückverfolgbarkeitslösung Pro Trace in den Produktkategorien Fisch und Fleisch bei METRO Cash & Carry Deutschland startete Anfang 2015 die Einführung in weiteren Ländern. Derzeit sind verschiedene Länder sowie unsere internationalen Handelsbüros Teil des Projekts. Nach der Ausweitung auf Länderebene in den Sortimentsbereichen Fisch und Fleisch haben wir 2016/17 den Ansatz optimiert, um künftig auch interne Verarbeitungsvorgänge mit der Lösung erfassen zu können. Branchenübergreifend unterstützt METRO die internationale Initiative Global Dialogue on Seafood Traceability (GDST). Ziel der Initiative ist es, Interoperabilität in diesem wichtigen Bereich herzustellen.	 Maßnahme fortlaufend
Nachhaltigere Artikel sind solche, die mit zertifizierten Siegeln oder Labeln versehen sind oder ein Real eigenes bzw. geprüftes Gütekennzeichen tragen. Auch erfasst sind regionale Artikel sowie das Mehrwegsortiment und die Produkte, die aus Freilandhaltung kommen. Real hat sich das Ziel gesetzt, bis 2019 den Umsatzanteil des nachhaltigen Sortiments (Food und Near Food) auf 30 % zu steigern.	 In Bearbeitung	Zur Erhebung des Status quo wurde eine solide Datenbasis erstellt, auf deren Grundlage nun neue Artikel eingelistet werden. Darüber hinaus werden Schulungen durchgeführt und intensive Lieferantengespräche geführt. Wichtig sind vor allem die Änderungen in den Regalplanningen mit dem Hauptfokus auf nachhaltige Produkte.	 Maßnahme fortlaufend

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Ziele	Status Zielerreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
METRO baut das Engagement bei Lebensmittelspenden für internationale Food-Bank-Initiativen von aktuell 16 METRO Cash & Carry Ländern auf mindestens 17 Länder aus.	 In Bearbeitung	METRO Cash & Carry kooperiert in 16 von 25 Ländern mit Tafel- und Food-Bank-Initiativen. In den Ländern, in denen dies nicht geschieht, erschweren äußere Umstände eine Zusammenarbeit. Dies sind z. B. politische oder steuerliche Gründe. METRO Cash & Carry führt aktuell Gespräche mit lokalen Hilfsorganisationen und Vertretern der Politik, um die Kooperation auch in den Ländern voranzutreiben, in denen äußere Umstände eine Zusammenarbeit erschweren.	 Maßnahme fortlaufend
METRO hat das Community-Involvement-Programm We help ins Leben gerufen. Damit leistet METRO unbürokratische Hilfe, lindert akute Not und trägt zur Integration von Flüchtlingen bei. Am Ende des Geschäftsjahres 2015/16 soll die Summe von 1 Mio. € in Projekte zur Flüchtlingshilfe in Europa geflossen sein. Das Budget für das Feld „Gesellschaftliche Investitionen“ (Corporate Citizenship) wurde somit um 1 Mio. € erhöht.	 Ziel erreicht	Ausweitung des Programms und Bewerbung im Konzern online und offline haben METRO Kollegen animiert, sich zu engagieren.	 Maßnahme beendet
Aufgrund des großen Erfolgs des Community-Involvement-Programms We help hat der Vorstand beschlossen, es im Geschäftsjahr 2016/17 weiterzuführen. 2017 haben alle METRO Gesellschaften die Möglichkeit, sich mit ihrem Engagement um Unterstützung zu bewerben. Jede Art des Ehrenamts ist hier willkommen.	 In Bearbeitung	Ausweitung des neuen Programms auf den Konzern und weitere Bewerbung online und offline haben METRO Kollegen animiert, sich zu engagieren. Die Bewerbungsunterlagen wurden in alle METRO Sprachen übersetzt.	 Maßnahme fortlaufend
2018 ist METRO zum 15. Mal Titelsponsor des Düsseldorf-Marathons. Ziel des Sponsorings ist es u. a., die Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden. Das Engagement stärkt das Wir-Gefühl und fördert die Gesundheit der Teilnehmer. Im Schnitt gehen knapp 700 Kollegen an den Start. Dieser Schnitt soll gehalten bzw. gesteigert werden. 2017 waren 650 Läufer unterwegs. Wir arbeiten daher weiter daran, die Teilnehmerzahl zu steigern.	 In Bearbeitung	Verstärkte Bewerbung des METRO Marathons über das soziale Intranet des Konzerns im In- und Ausland.	 Maßnahme fortlaufend
Bis Ende des Geschäftsjahres 2017/18 soll die Kooperation mit dem UN WFP in 6 Ländern bzw. Servicegesellschaften implementiert sein.	 Ziel neu implementiert	Schaffung eines vertraglichen Rahmenwerks, um lokale Verträge leichter ausarbeiten zu können. Die METRO AG führt intensive Kooperationsgespräche mit den Kollegen in den METRO Gesellschaften.	 Maßnahme gestartet