

NACH- HALTIGKEIT



360

INHALT

3 METRO SUSTAINABLE

3 Vorwort des Vorstands

3 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

6 KENNZAHLEN UND ZIELE

6 Anwendungsbereich

8 Unternehmen

9 Empower People

21 Secure Planet

30 Unfold Prosperity

31 Enhance Partnership

32 UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

32 Mitteilung

33 Menschenrechte und Arbeitsnormen

37 Umweltschutz

41 Korruptionsbekämpfung

43 ÜBER DIESEN BERICHT

43 Über diesen Bericht

45 Prüfvermerk zu diesem Bericht

METRO SUSTAINABLE

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

was Sie heute vor sich haben, ist das Ergebnis von 20 Jahren nachhaltiger Unternehmensführung bei METRO. Im Jahr 1999 schrieb der Vorstandsvorsitzende im ersten Umweltbericht: „Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen ist für uns Leitmotiv jedes wirtschaftlichen Handelns.“ Unser Anspruch hat sich seitdem nicht geändert.



Die letzten 2 Jahrzehnte brachten enorme Veränderungen mit sich: Angesichts des massiven Drucks auf unser Klima und der ständig wachsenden Weltbevölkerung stehen wir vor unvorhersehbaren Herausforderungen. Im Umgang mit Ressourcen wissen wir, dass auch wir einen riesigen Fußabdruck haben. Doch mit voranschreitender Technologie, Kommunikation und Zusammenarbeit wachsen die Chancen gleichzeitig mit den Herausforderungen. Wir sind stolz darauf, dass Nachhaltigkeit bei METRO ein gemeinsames Anliegen vieler ist – genau genommen von rund 101.000 Mitarbeitern weltweit. Was beispielsweise Klimaschutz und Lebensmittelverschwendung betrifft, so haben wir klare Ziele und einen ehrgeizigen Weg vor uns. Aber unser größtes Kapital liegt auch in uns selbst: Nachhaltigkeit, die von innen heraus getrieben wird, von leidenschaftlichen Mitarbeitern. Dank ihnen sehen wir bereits große Erfolge: von nachhaltigen Einkaufsrichtlinien bis zu verantwortungsbewussten Eigenmarkenprodukten in unseren Regalen, von unserem ersten Klimaschutzziel bis zur 58. Photovoltaikanlage auf den Dächern unserer Märkte. Von der Sensibilisierung für den sparsamen Umgang mit Wasser bis hin zum Ausbau des Zugangs zu sauberem Wasser und sanitären Einrichtungen für rund 500.000 Menschen in Nordindien zusammen mit One Drop. Von der Aufnahme in mehrere Nachhaltigkeitsindizes bis zur Tatsache, dass wir den Dow Jones Sustainability Index Europe in unserer Branche im fünften Jahr in Folge anführen. Wie geht es weiter? Die Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung und die Agenda des UN Global Compact, Materialitätsanalysen, Kundenbefragungen, Stakeholder-Gespräche und nicht zuletzt unser Selbstverständnis, „alles für Menschen mit Leidenschaft für ihr Geschäft“ zu geben, haben unseren strategischen Ansatz geschärft. Uns ist bewusst, dass wir dazu beitragen können, den Stellenwert von Nachhaltigkeit in den Geschäften unserer 16 Millionen Kunden weltweit zu verändern und voranzutreiben, wenn wir durch nachhaltiges Handeln einen Mehrwert für unsere Produkte und Dienstleistungen schaffen. Mit METRO Sustainable wollen wir das Wohlergehen in unseren Gemeinschaften und darüber hinaus fördern, indem wir Menschen stärken und Ressourcen sichern. Dafür stehen wir und wir wollen entsprechend wahrgenommen werden – heute und morgen!

Der Vorstand der METRO AG

UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Bei METRO bestimmt unser Ziel „Wir geben alles für Menschen mit Leidenschaft für ihr Geschäft“ unser Handeln – und wir streben danach, dies verantwortungsbewusst zu tun. Mit unserem Nachhaltigkeitsanspruch METRO Sustainable und im Einklang mit unserer geschärften Nachhaltigkeitsstrategie arbeiten wir daher daran, unsere Kunden zu mehr Nachhaltigkeit zu inspirieren.

Unsere Gesellschaft ist mehr denn je wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und kulturellen Herausforderungen ausgesetzt. Gleichermäßen erleben wir tagtäglich, dass Nachhaltigkeit der Schlüssel dazu ist, diese Herausforderungen in Chancen zu verwandeln.

Als Partner für unabhängige Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette verschreiben wir uns so jeden Tag aufs Neue dem Erfolg und der Zufriedenheit unserer Kunden – auf eine verantwortungsvolle Art und Weise. Das spiegelt den Kern unseres Geschäfts wider und bedeutet für unseren Nachhaltigkeitsansatz, dass wir METRO Sustainable nicht nur in unserem eigenen Geschäft und unserer Lieferkette leben, sondern durch nachhaltige Wertschöpfung insbesondere unsere Kunden dabei unterstützen, ihr Geschäft nachhaltiger zu gestalten. Wir stärken lokale Gemeinschaften und fordern auf zu bewussterer Ernährung. Als Innovationstreiber nachhaltiger Lösungen leisten wir einen Beitrag zu einer Nachhaltigkeitsbewegung. Durch Information, Inspiration, Motivation und Unterstützung unserer Mitarbeiter, Kunden und Partner können unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten potenziell Millionen von Menschen erreichen und Wirkung für mehr Nachhaltigkeit entfalten.

Auf Basis unseres neuen Geschäftsansatzes Wholesale 360 und aufbauend auf unserem erfolgreichen Nachhaltigkeitsansatz haben wir jetzt unsere Nachhaltigkeitsstrategie unter der Gesamtbotschaft von METRO Sustainable präzisiert. Wir sind uns bewusst darüber, dass wir uns auf das Wesentliche fokussieren müssen, um sicherzustellen, dass wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie an den Aspekten und Belangen arbeiten, die unser Geschäft am stärksten beeinflussen und auf die wir durch unsere Geschäftstätigkeit einen großen Einfluss nehmen können – gemeinsam mit unseren Kunden. Mit unserem Fokus auf den Food-Sektor setzen wir auf 8 Schwerpunktthemen. Diese wurden auch bestätigt durch unsere in 23 Ländern durchgeführte Kundenumfrage mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit als auch in einem 1-tägigen Nachhaltigkeitsstrategieworkshop unter Mitwirkung des METRO AG Vorstands, weiterer oberster Managementpositionen und anderer Expertenfunktionen des gesamten METRO Konzerns.

Wir können die Entwicklungen unserer Gesellschaft ändern, wenn wir Lebensmittelverschwendung gemeinsam vorbeugen, Lösungen für ein ausgewogenes Verhältnis von Proteinen für einen bewussteren Konsum finden und mehr biologische und nachhaltige Produkte in unsere Regale bringen. Gleichermäßen sind wir uns unserer Verantwortung und Chancen bewusst, wenn wir für Menschenrechte eintreten, innovative Lösungen im Bereich Verpackung und Plastik suchen, einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten, den Einkauf von Agrarrohstoffen nachhaltig gestalten und Vielfalt und Inklusion fördern.

Mit METRO Sustainable und unserer Arbeit auf Basis unserer strategischen Schwerpunktthemen tragen wir dazu bei, weltweit nachhaltige Gemeinschaften zu gestalten. Teil von etwas zu sein, erzeugt ein sehr starkes Gefühl des Miteinanders. So können wir alle den Wandel vorantreiben. Mehr dazu finden Sie in unseren Beleggeschichten.

METRO Sustainable

METRO Sustainable drückt unseren Nachhaltigkeitsanspruch in Verbindung mit unserem purpose aus und ist der **Motor unseres Handelns** für mehr Nachhaltigkeit beim Kunden. Es bedeutet, METRO in den **Mittelpunkt der Transformation** und des Vorantreibens nachhaltigen Wirtschaftens zu stellen, indem wir durch nachhaltiges Handeln Wert schaffen – im eigenen Unternehmen und bei unseren Kunden.

Mit METRO Sustainable streben wir gemeinsam danach, **Wohlstand zu gestalten, indem wir Menschen stärken und unseren Planeten sichern**. Unsere Stakeholder sind unser Hebel, um die **Wirkung von Gemeinschaften und Partnerschaften zu entfalten**.



KENNZAHLEN UND ZIELE

ANWENDUNGSBEREICH

Das Kapitel Kennzahlen gibt Auskunft über die Nachhaltigkeitsleistungen der METRO in Form von Kennzahlen. Es ist gegliedert in Kennzahlen zur [wirtschaftlichen Leistung](#) ▶ Seite 8 des Unternehmens sowie Kennzahlen zu unseren Verantwortungsbereichen Empower People ▶ Seite 9, Secure Planet ▶ Seite 21, Unfold Prosperity ▶ Seite 30 und Enhance Partnership ▶ Seite 31.

Berichtszeitraum

Der Berichtszeitraum folgt dem Geschäftsjahr der METRO. Dies ist der Zeitraum vom 1. Oktober bis 30. September. Grundsätzlich werden die Kennzahlen für die vergangenen drei Geschäftsjahre berichtet.

Für das [Klimaschutzziel](#) ▶ Seite 21 wird zusätzlich dessen Basisjahr 2011 berichtet. Das Basisjahr wird für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 berichtet. Der abweichende Berichtszeitraum ergibt sich dadurch, dass die METRO 2013 ihr Geschäftsjahr vom Kalenderjahr auf den Zeitraum Oktober bis September umgestellt hat.

Vorgehensweise und Abdeckungsgrad bei der Datenerfassung

Die berichteten Kennzahlen basieren auf Daten, die über verschiedene interne Berichtssysteme ermittelt werden. In der Regel werden die Daten systematisch pro Vertriebslinie und Land quartalsweise erfasst, teilweise auch monatlich. Grundsätzlich basieren die Kennzahlen auf erfassten Daten für die gesamte METRO, das heißt für alle Filialen, Verwaltungs- und Lagerstandorte und für die Hauptverwaltung in Düsseldorf. Für einige Kennzahlen sind Hochrechnungen und Schätzungen der Verbrauchsdaten notwendig, sofern Primärdaten nur teilweise vorliegen. Dies betrifft Kennzahlen aus dem Abschnitt [Planet](#) ▶ Seite 21. Das Nachhaltigkeitsdatenmanagement führt die Daten aus den verschiedenen Berichtssystemen zusammen.

Die gemäß Scope 3 berichteten Treibhausgasemissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen, Anlagegütern und geleasteten Vermögenswerten modellieren wir, da Primärdaten sehr aufwendig erhoben werden müssen. Die Modellierung basiert auf Umsätzen je Produktkategorie beziehungsweise auf anderen Kennzahlen zur wirtschaftlichen Wertschöpfung der METRO. Für die Berechnung verwenden wir sogenannte volkswirtschaftliche Input-Output-Modelle, welche volkswirtschaftliche Waren- und Dienstleistungsströme zugrunde legen.

Die den Kennzahlen zugrunde gelegten Verkaufs- und Belieferungsflächen sind Jahresdurchschnittswerte.

Wir berichten alle Kennzahlen getrennt nach METRO gesamt und der Region Deutschland, als dem Land des Unternehmenssitzes. Grundsätzlich umfassen die Kennzahlen für METRO gesamt die Daten für alle Standorte beziehungsweise alle Mitarbeiter. Alle angegebenen

Darstellungen beziehen sich, soweit nicht ausdrücklich anders beschrieben, auf die fortgeführten Aktivitäten (ohne das SB-Warenhausgeschäft und ohne China). Die Kennzahlen zu Arbeitsunfällen und Weiterbildung im Abschnitt [People](#) ▶ [Seite 9](#) berichten wir bislang noch nicht für alle Mitarbeiter. Hier liegen uns Daten nicht für alle Vertriebslinien und Organisationseinheiten in ausreichender Qualität vor. Arbeitsunfälle berichten wir für die deutschen METRO Gesellschaften. Die Kennzahlen zur Weiterbildung enthalten alle Gesellschaften bis auf einige wenige Servicegesellschaften. Umsätze im Abschnitt [Prosperity](#) ▶ [Seite 30](#) zeigen wir ausschließlich für unsere deutschen Vertriebslinien Real und METRO Wholesale Deutschland.

Der Abdeckungsgrad für die berichteten Umwelt- sowie Sozialkennzahlen liegt damit wie oben erwähnt bei 100 %.

Alle Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung sind durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft [geprüft](#) ▶ [Seite 45](#).

Abweichungen im Vergleich zu früheren Berichten

Die in früheren Corporate-Responsibility-Berichten dargestellten Zahlen weichen teilweise von denen im vorliegenden Bericht ab. Dies hat verschiedene Ursachen.

Mit dem Geschäftsjahr 2018/19 haben wir für Energie rückwirkend auf ein anderes Emissionsfaktorensatz umgestellt.

Alle angegebenen Darstellungen beziehen sich, soweit nicht ausdrücklich anders beschrieben, auf die fortgeführten Aktivitäten (ohne das SB-Warenhausgeschäft und ohne China).

Weitere Abweichungen ergeben sich bei den Kennzahlen im Abschnitt [Planet](#) ▶ [Seite 21](#) daraus, dass Schätzwerte durch reale Werte ersetzt wurden. Für einige Verbräuche liegen uns die Abrechnungen der Versorger erst spät vor, sodass wir hier zunächst mit Schätzungen arbeiten.

Abweichungen bestehen nur im Vergleich zu früheren Berichten. Innerhalb des vorliegenden Berichts sind Kennzahlen nach einheitlicher Methodik für jeweils drei Jahre dargestellt. Sie erlauben somit einen nachvollziehbaren Überblick über die Entwicklung.

Wir vervollständigen unsere Datenerhebung und Berichterstattung kontinuierlich, um Transparenz und Steuerung unserer Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern.

So haben wir in die Berichterstattung aufgenommen die Kennzahlen und Ziele:

- Arbeitnehmersvertretung
- Neue Mitarbeiter Anzahl Nationalitäten
- Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management
- Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management
- Geschlechterverteilung in Führungspositionen umsatzgenerierender Einheiten
- Mitarbeiterengagement
- Produzenten in Risikoländern
- Reduktion von Lebensmittelabfällen
- Verpackungen
- Palmöl
- Reformulierte Produkte

UNTERNEHMEN

Wirtschaftlicher Wert (Wertschöpfung)

in Mio. €		2017/18 ¹	2018/19	Veränderung in %
Finanzkennzahlen für fortgeführte Aktivitäten				
Umsatzentwicklung flächenbereinigt	%	1,3	2,1	-
Umsatzentwicklung in Lokalwährung	%	1,3	2,2	-
Umsatz (netto)		26.792	27.082	1,1
EBITDA ohne Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen		1.088	1.021	-6,1
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen		128	338	-
EBITDA		1.216	1.359	11,8
EBIT		713	828	16,1
Ergebnis vor Steuern		576	709	23,1
Periodenergebnis ²		357	405	13,7
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert)	€	0,98	1,12	13,7
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit		766	796	3,9
Investitionen		565	499	-11,7
Nettoverschuldung		3.102	2.858	-7,9
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		104.912	101.654	-3,1
Standorte (zum 30.09.)		675	678	0,4

¹ Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten.² Entfallend auf METRO Anteilseigner.

Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und -rankings

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala	Veröffentlichungs- zeitpunkt
Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World/Europe	82 Industry Leader DJSI Europe Food & Staples Retailing	0 bis 100	09/2019
ISS-oekom Corporate Rating	C+ Prime Status	D- bis A+	08/2018
CDP Climate Scoring	A-	F bis A	01/2019
CDP Water Scoring	B-	F bis A	01/2019
FTSE4Good Global/Europe Index	Index Mitglied		07/2019

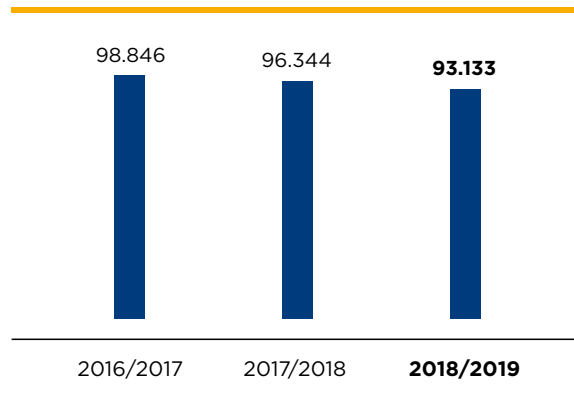
Erläuterung: Im Rahmen unseres Stakeholder-Dialogs informieren wir den Kapitalmarkt über unser Nachhaltigkeitsmanagement. Durch unabhängige Dritte erhalten wir so eine Bewertung unserer Nachhaltigkeitsleistungen.

Im Geschäftsjahr 2018/19 bestätigte METRO ihre Branchenführerschaft im Dow Jones Sustainability Index Europe und nahm den 2. Platz im Dow Jones Sustainability Index World ein.

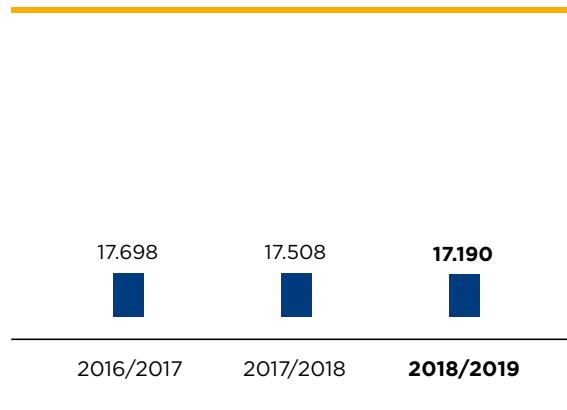
EMPOWER PEOPLE

Mitarbeiter 5 8 10

METRO



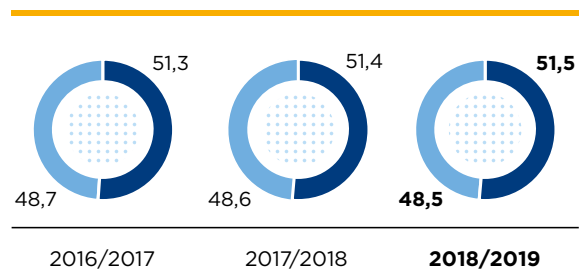
Deutschland



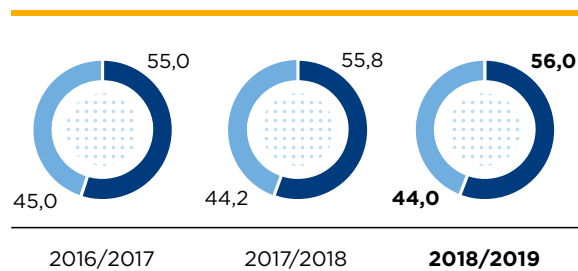
Definition: Angestellte auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO

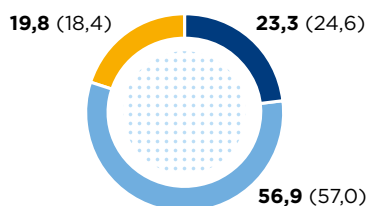
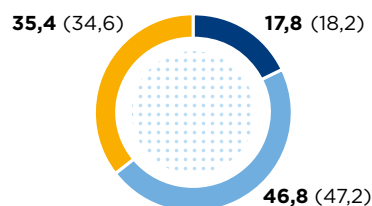


Deutschland



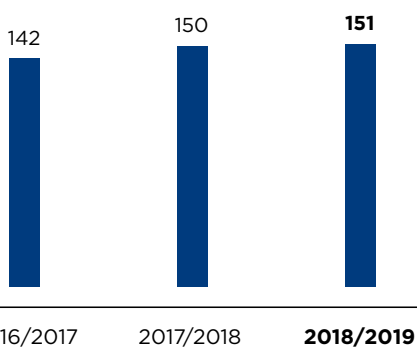
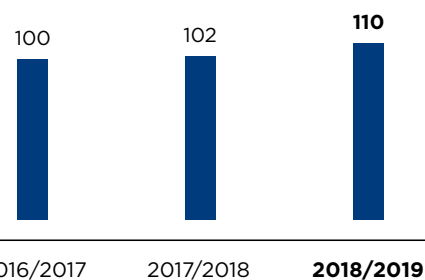
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter nach Köpfen zum 30. September.

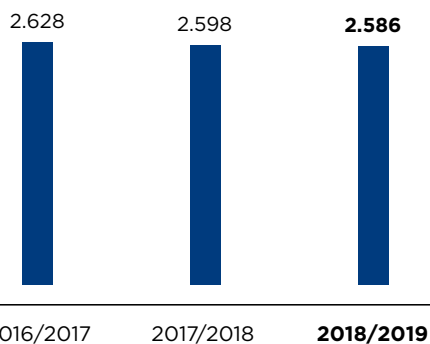
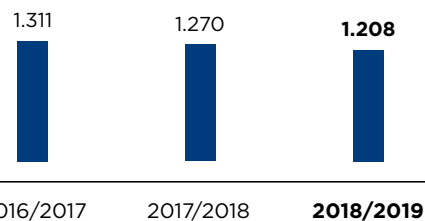
Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)**METRO****Deutschland**

■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre **2018/19** (2017/18)

Definition: Verteilung der Angestellten auf Altersgruppen ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Anzahl Nationalitäten**METRO****Deutschland**

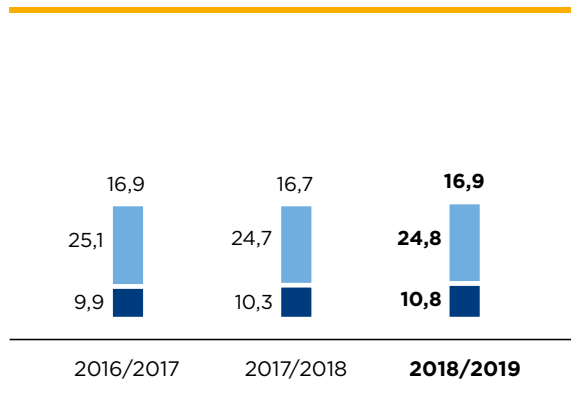
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte**METRO****Deutschland**

Definition: Alle Mitarbeiter, die gemäß Definition des jeweiligen Landes als schwerbehindert gelten, bzw. ihnen Gleichgestellte.

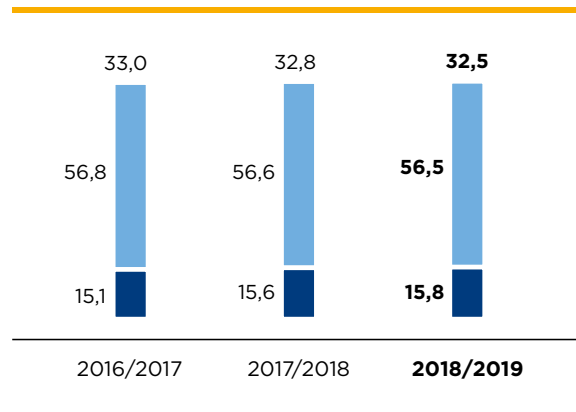
Teilzeitquote nach Geschlecht (in %)

METRO



■ Teilzeitquote Männer (in % aller Männer)
 ■ Teilzeitquote Frauen (in % aller Frauen)
 Teilzeitquote (in % aller Angestellten)

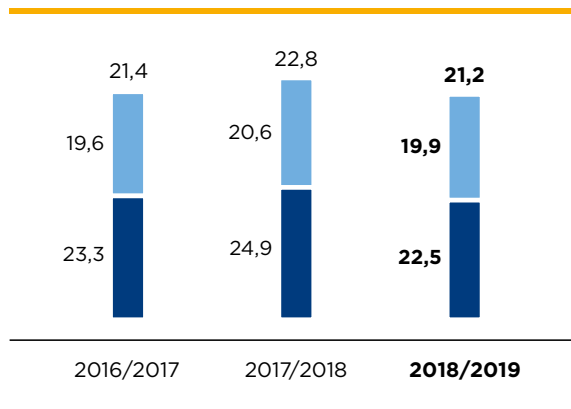
Deutschland



Definition: Quote der in Teilzeit beschäftigten Angestellten im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

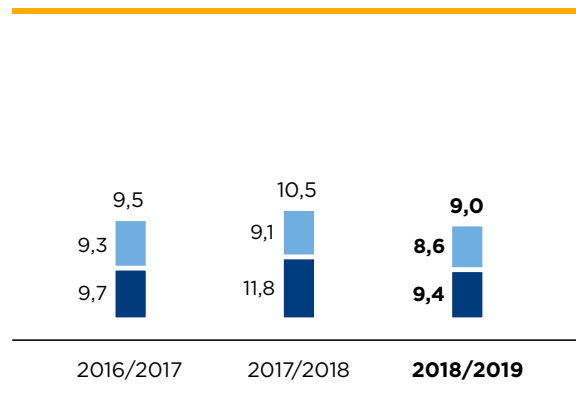
Fluktuation nach Geschlecht (in %)

METRO



■ Fluktuation Männer (in % aller Männer)
 ■ Fluktuation Frauen (in % aller Frauen)
 Fluktuation Gesamt (in % aller Angestellten)

Deutschland

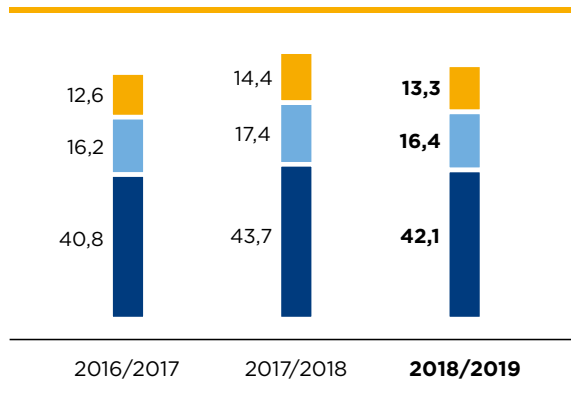


Definition: Unter Fluktuation sind alle Abgänge von Mitarbeitern durch Ausscheiden in den Ruhestand, Tod oder Kündigung zusammengefasst. Die Fluktuationsrate bezieht die Zahl dieser Abgänge auf den durchschnittlichen Personalbestand. Berücksichtigt werden alle Mitarbeiter in unbefristeten Arbeitsverhältnissen.

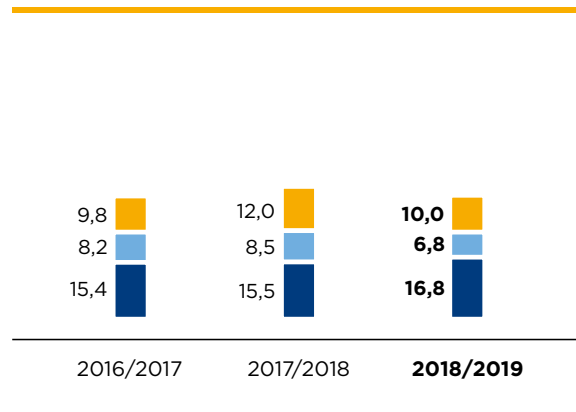
Erläuterung: Die Fluktuationsrate ist bei METRO hoch. Dies lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass die Fluktuation in einigen Ländern in Asien und Osteuropa, in denen METRO aktiv ist, generell hoch ist.

Fluktuation nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

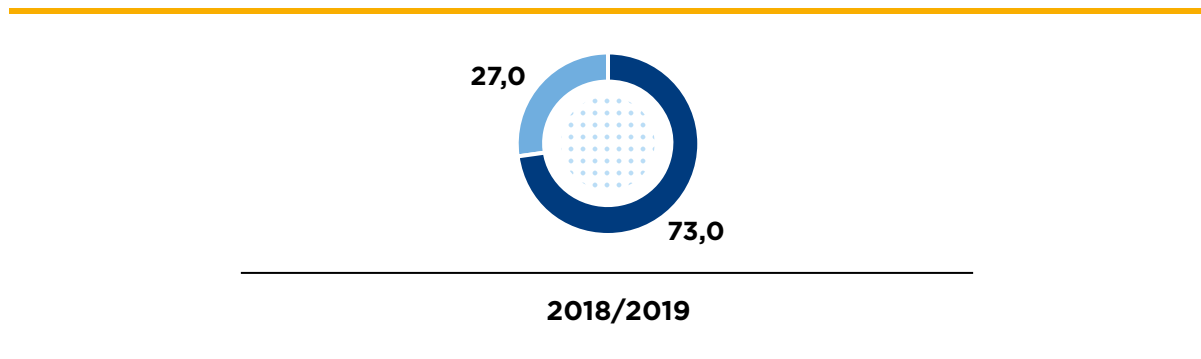


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

Definition: Abgänge von Mitarbeitern durch Ausscheiden in den Ruhestand, Tod oder Kündigung nach Alter. Die Fluktuationsrate bezieht die Zahl der Abgänge auf den durchschnittlichen Personalbestand.

Arbeitnehmervertretung

METRO

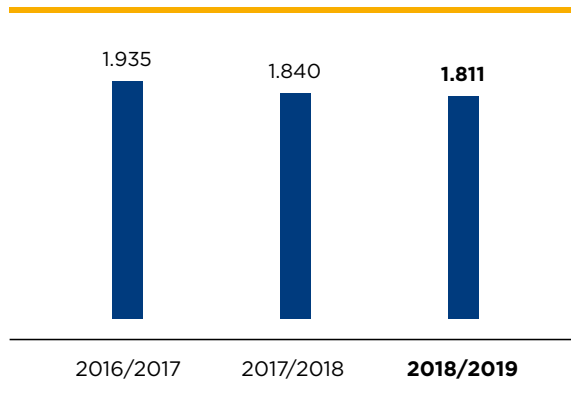


■ Anteil über Arbeitnehmervertreter abgedeckter Mitarbeiter
 ■ Anteil nicht abgedeckter Mitarbeiter

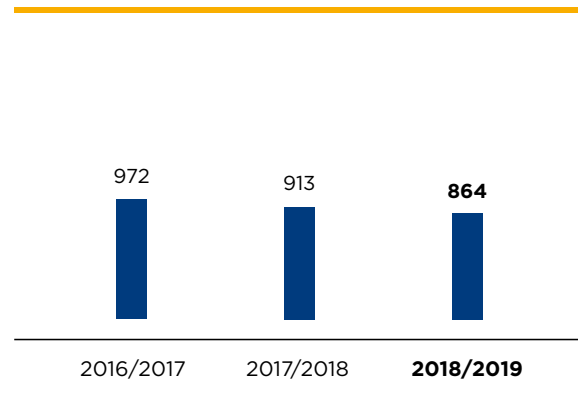
Definition: Anteil der Mitarbeiter, die durch Betriebsräte, Arbeitnehmervertreter, eine unabhängige Gewerkschaft vertreten werden oder deren Interessen über Tarifverträge abgedeckt sind

Anzahl Auszubildende, Praktikanten und Studenten

METRO



Deutschland

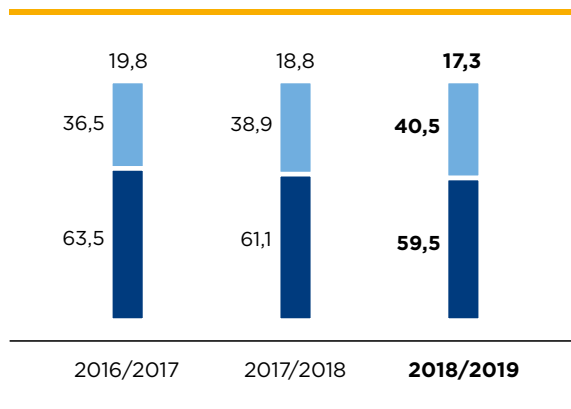


Definition: Alle Auszubildenden inklusive Praktikanten und Studenten.

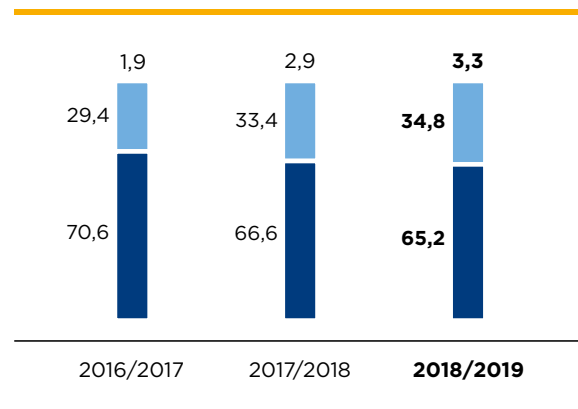
Neue Mitarbeiter

Neue Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



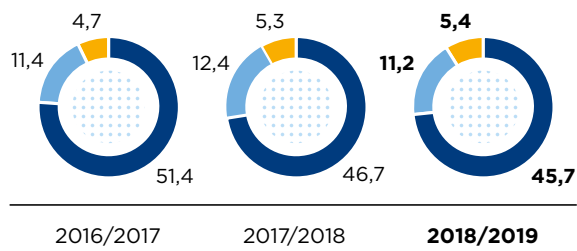
■ Anteil Männer
■ Anteil Frauen

Anteil neue Mitarbeiter an gesamten Mitarbeitern

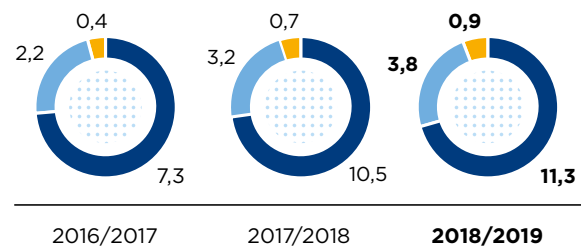
Definition: Unter Neue Mitarbeiter sind alle Eintritte und Wiedereintritte von Mitarbeitern zusammengefasst. Die Kennzahl bezieht die Zahl der Eintritte auf den durchschnittlichen Personalbestand. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

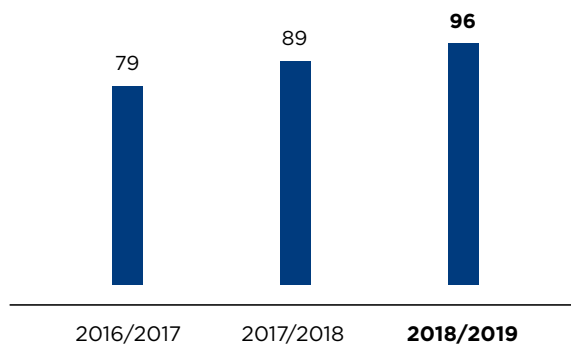


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

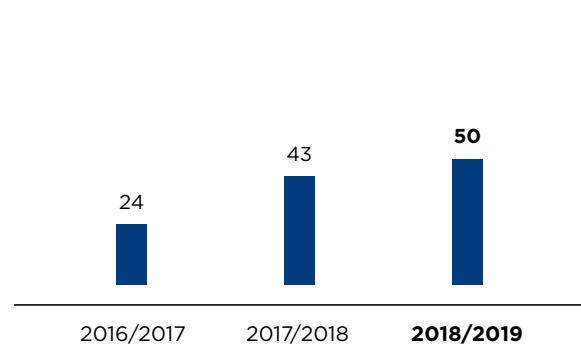
Definition: Verteilung der neu eingetretenen Mitarbeiter auf Altersgruppen im Jahresdurchschnitt. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland

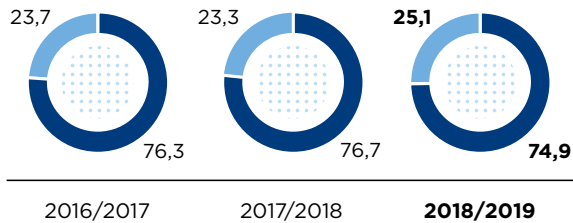


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

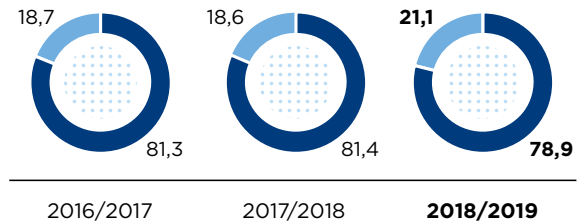
Führungskräfte

Geschlechterverteilung in Führungspositionen (in %)

METRO



Deutschland



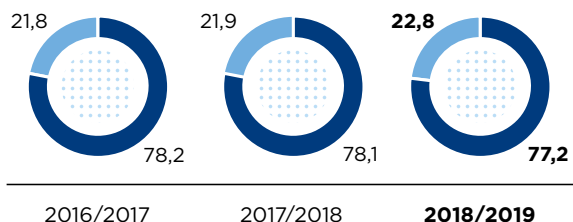
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung, Hauptabteilungs- bzw. Abteilungsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen nach Köpfen zum 30. September.

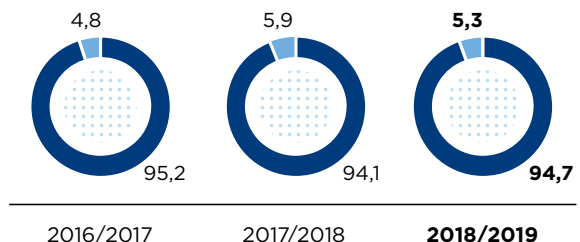
Ziele: Bis Juni 2022: zumindest eine Frau im Management Board, 20 % Frauen in Positionen 1 Ebene unter dem Vorstand und 35 % Frauen in Positionen 2 Ebenen unter dem Vorstand

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management (in %)

METRO



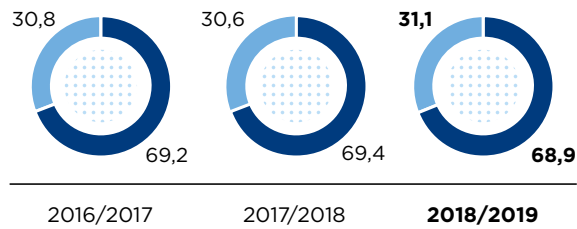
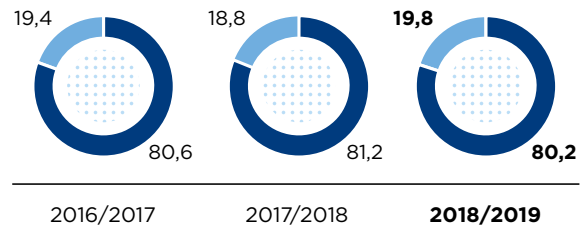
Deutschland



■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung, Hauptabteilungs- bzw. Abteilungsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen (nach Köpfen zum 30. September).

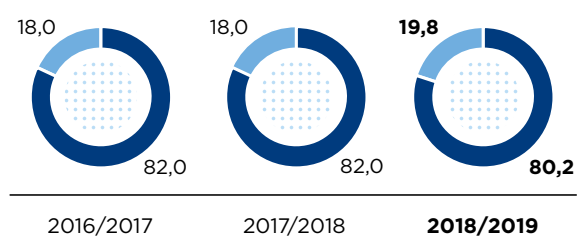
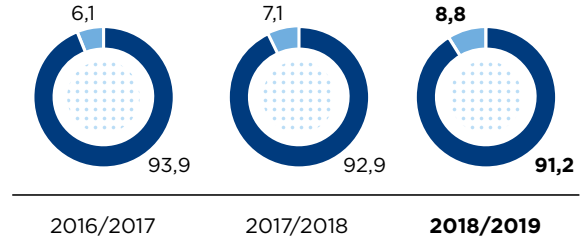
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Top Management Positionen, d.h. maximal zwei Ebenen unter dem CEO oder ähnliche Positionen (in % aller Top Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management (in %)**METRO****Deutschland**

■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung, Hauptabteilungs- bzw. Abteilungsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen (nach Köpfen zum 30. September).

Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Junior Management Positionen, z.B. erstes Management-Level (in % aller Junior Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Umsatz generierender Einheiten (in %)**METRO****Deutschland**

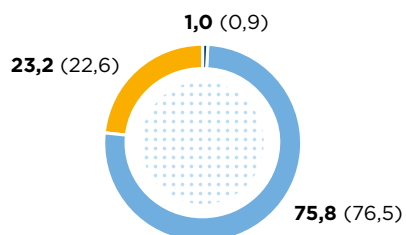
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung, Hauptabteilungs- bzw. Abteilungsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen (nach Köpfen zum 30. September).

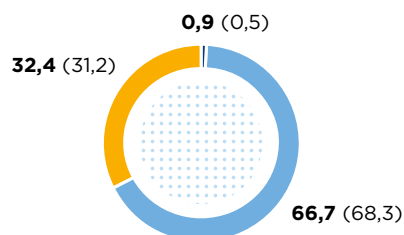
Diese Grafik zeigt i.W. den Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen in unseren Märkten und Belieferungsdepots in % aller solcher Führungskräfte in diesen Bereichen.

Führungskräfte nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

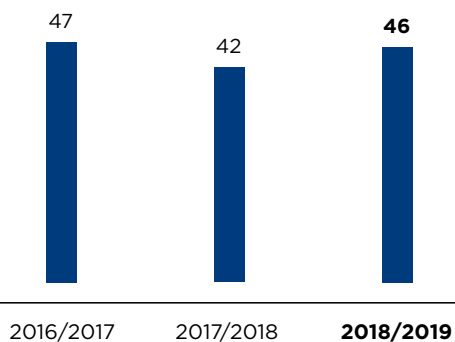


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre **2018/19** (2017/18)

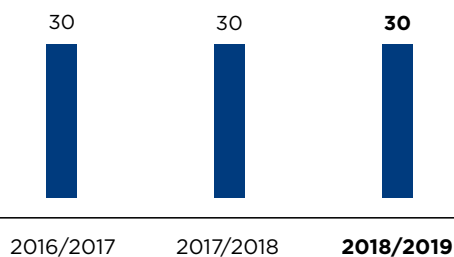
Definition: Verteilung der Führungskräfte auf Altersgruppen zum 30. September.

Anzahl Nationalitäten bei Führungskräften

METRO



Deutschland

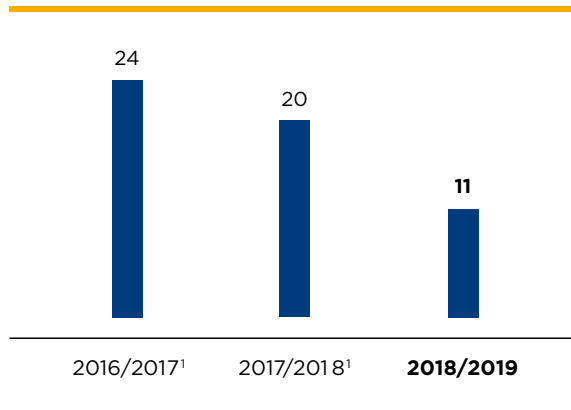


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Führungskräfte zum 30. September.

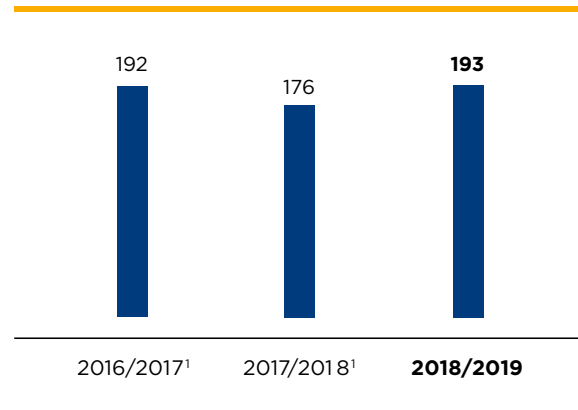
Weiterbildung und Engagement

Weiterbildung

Durchschnittliche Anzahl an Stunden für Weiterbildung je Mitarbeiter pro Jahr



Durchschnittliche Weiterbildungsausgaben je Mitarbeiter pro Jahr in €



¹ Hier dargestellte Zahlen mit Real und METRO China.

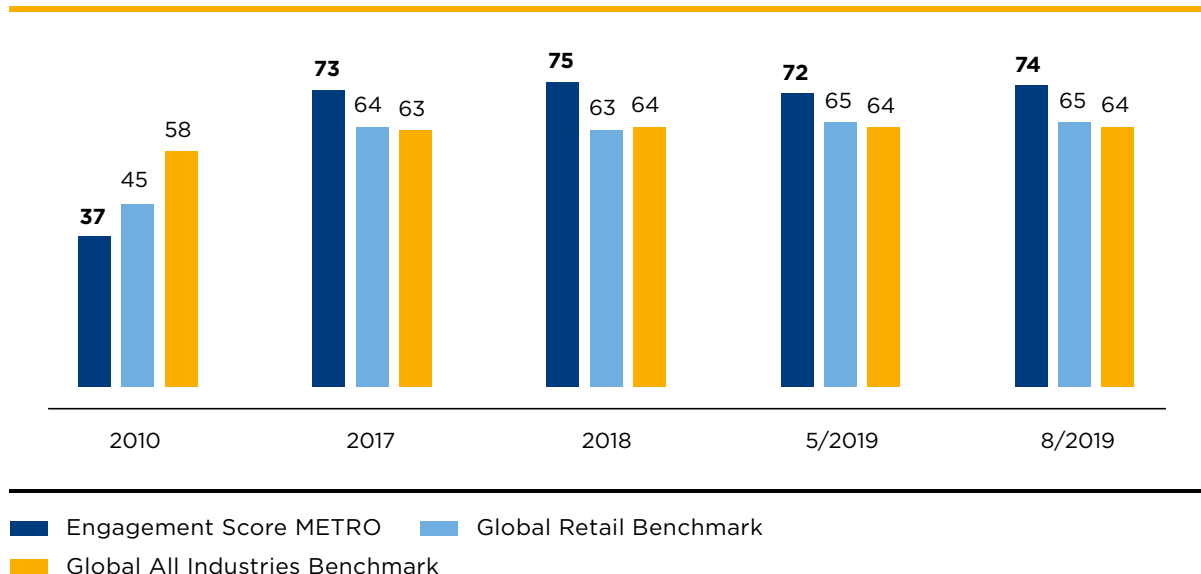
Definition: Maßnahmen (Hygiene, Arbeitsschutz etc.) und Trainings, die sich auf den laufenden Geschäftsbetrieb fokussieren, sowie mittel- und langfristig nutzbare Weiterbildungsmaßnahmen, die auf die Weiterentwicklung des Geschäftsablaufs abzielen.

Erläuterung: Die Kennzahlen zur Weiterbildung beziehen sich auf Angestellte auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt. Das Reporting umfasst 95 % aller Mitarbeiter der METRO.

Der Hauptgrund für den Rückgang der Stunden ist die Tatsache, dass China für die Jahre 2018/19 nicht mehr berichtet wird (hätte ca. 900.000 Stunden beigetragen) und Russland mit einem Rückgang um 70 % im Jahr 2018/19. Aufgrund des hohen eLearning-Anteils führte das auch zu einem Anstieg der durchschnittlichen Kosten pro Mitarbeiter.

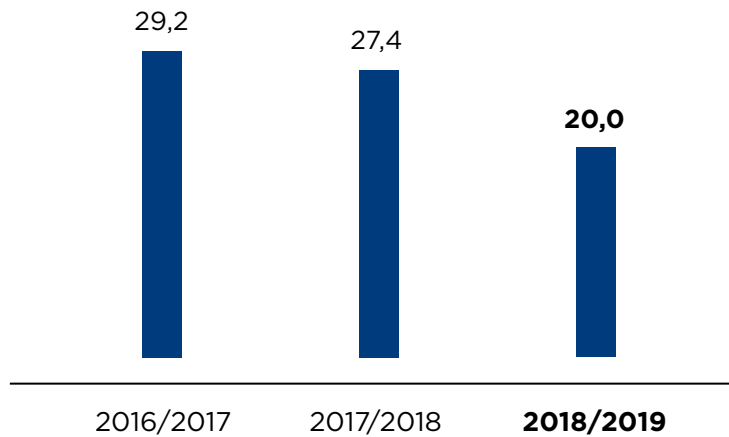
Mitarbeiterengagement

METRO



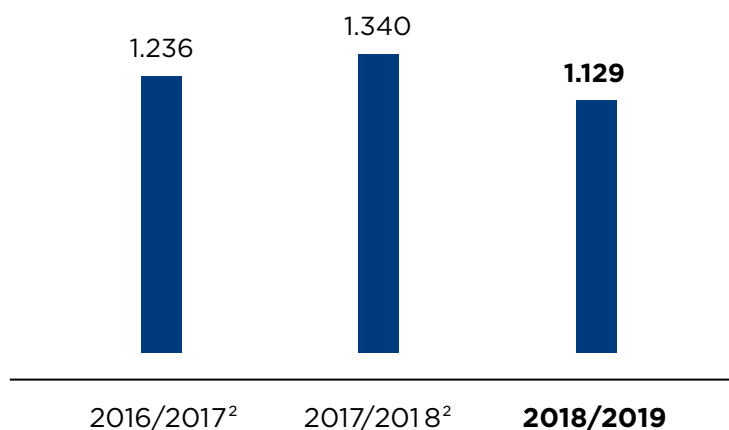
Die Mitarbeiterumfrage läuft seit Start in 2019 vierteljährlich. Die Zahl für 2018/19 ist aus August 2019.

Der globale Vergleich im Handel liegt bei 65 % in diesem Jahr und der weltweite Vergleich über alle Branchen bei 64 %.

Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR) pro 1 Mio. Arbeitsstunden **Deutschland**

Definition: Die LTIFR erfasst die Anzahl der Unfälle mit mindestens 1 Tag Ausfallzeit (ohne den Unfalltag) pro 1 Mio. Arbeitsstunden. Todesfälle und anhaltende Arbeitsunfähigkeit bzw. Behinderung sind hierbei ebenfalls eingeschlossen, Wegeunfälle hingegen nicht.

Erläuterung: Um Bereiche mit hohen Unfallraten oder besonders gefährdete Personengruppen zu identifizieren, Unfallursachen zu evaluieren und gezielt Gegenmaßnahmen zu definieren, haben die deutschen METRO Gesellschaften ein entsprechendes Reporting implementiert, das im Geschäftsjahr 2017/18 94 % der Mitarbeiter der deutschen METRO Gesellschaften abdeckt. Dieses Reporting soll nun konzernweit umgesetzt werden.

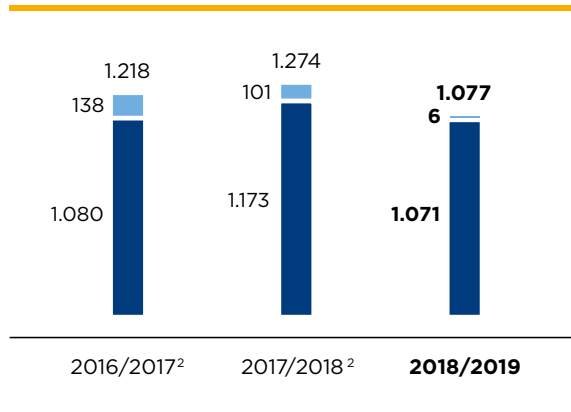
Produzenten in Risikoländern **Produzenten¹ in Risikoländern (Anzahl)****METRO**

¹ Erfasst sind hierbei Produzenten für Handelsware (Non-Food-Eigenmarken sowie -Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt durchführen.

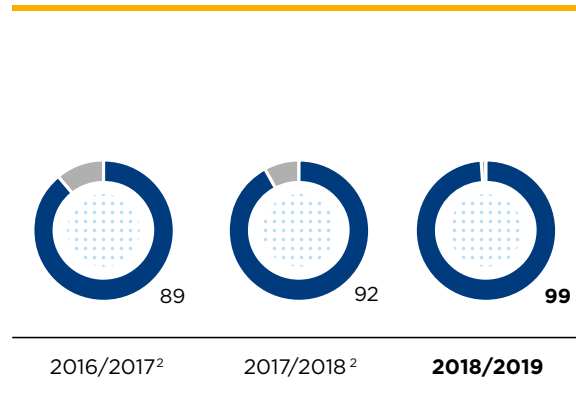
² Hier dargestellte Zahlen mit Real und METRO China.

Sozialaudits, bezogen auf Eigenimporte durch METRO SOURCING und Non-Food-Eigenmarken der Vertriebslinien von METRO

Produzenten mit gültigem Audit¹ (Anzahl)



davon mit bestandenem Audit (in %)



■ davon mit bestandenem Audit ■ davon mit nicht bestandenem Audit

¹ Erfasst sind hierbei Produzenten für Handelsware (Non-Food-Eigenmarken sowie -Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt durchführen.

² Hier dargestellte Zahlen mit Real und METRO China.

Definition: Status aller Produzenten in definierten Risikoländern gemäß der Bewertung der amfori Business Social Compliance Initiative (amfori BSCI), in denen METRO SOURCING Importware herstellen lässt, und von Non-Food-Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte herstellen. Fabriken mit bestandenem Audit können die erfolgreiche Umsetzung des amfori BSCI- oder eines äquivalenten Sozialstandardsystems durch das Zertifikat unabhängiger Dritter nachweisen.

Erläuterung: Zum 30. September 2019 waren 1.077 Produzenten auditiert. Davon haben 99 % (1.071 Produzenten) das Audit bestanden. Non-Food-Produzenten, die das Audit nicht bestehen, können seit dem 1. Januar 2019 nicht beauftragt werden bis sie ein akzeptables Auditergebnis, d. h. für die Amfori BSCI mindestens ein A-, B- oder C-Auditergebnis oder eines der als äquivalent zugelassenen Audits nachweisen.

Die Kennzahl bezieht sich auf alle uns durch unsere Lieferanten bekannt gemachten Produzenten.

Ausblick: Mit Wirkung zum 1. Juni 2019 wurden dieselben Anforderungen analog auch für alle Food- und Near-Food-Produzenten im Eigenmarkenbereich festgelegt. Hierzu werden alle Landesgesellschaften aufgefordert, möglichst im kommenden Geschäftsjahr länderspezifische Entwicklungspläne auszuarbeiten, um das Ziel von METRO zu erfüllen, bis 2030 für alle Eigenmarkenlieferanten die Wahrung von Sozialbelangen sicherstellen zu können.

SECURE PLANET

Klimabilanz Treibhausgasemissionen in t CO₂ (CO₂-Äquivalente)

in t CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente)	Basisjahr 2011	2016/17	2017/18	2018/19
Scope 1 – direkte Treibhausgasemissionen	494.798	484.951	505.619	464.532
Scope 2 – indirekte Treibhausgasemissionen	931.168	767.843	747.637	732.162
Scope 3 – sonstige indirekte Treibhausgasemissionen	3.669.074	2.865.563	2.899.306	2.714.477
Treibhausgasemissionen gesamt	5.095.039	4.118.357	4.152.562	3.911.171

Definition: Menge aller wesentlichen Emissionen nach ihrem Scope gemäß Systematik des Greenhouse Gas Protocol.

Berücksichtigt sind folgende Emissionsquellen:

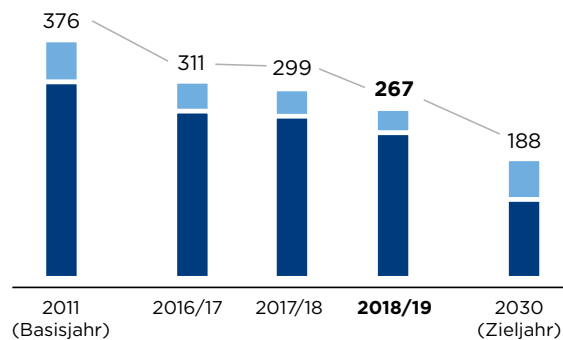
- Scope 1 = Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte, Kältemittelverluste aus Klimatisierung, Kraftstoffverbrauch Dienstwagen und eigene Logistikflotte sowie Notstromaggregate
- Scope 2 = Stromverbrauch, Fernwärme/-kälte
- Scope 3 = externe Logistik für die Transporte in unsere Märkte und Läger, Papiereigenverbrauch für Werbemittel und Bürobedarf, Dienstreisen, eingekaufte Waren und Dienstleistungen für Eigenverbrauch, Anlagegüter, Vorkettenemissionen und Netzverluste für alle direkten und indirekten Energiequellen, Abfall, Mitarbeiterpendelaufkommen, geleaste Vermögenswerte

Erläuterungen zur Klimabilanz, insbesondere zu Methodik, Berichtsgrenzen und Klimaschutzziel finden sich auf www.metroag.de/verantwortung/geschaeftsbetrieb.

Status Klimaschutzziel

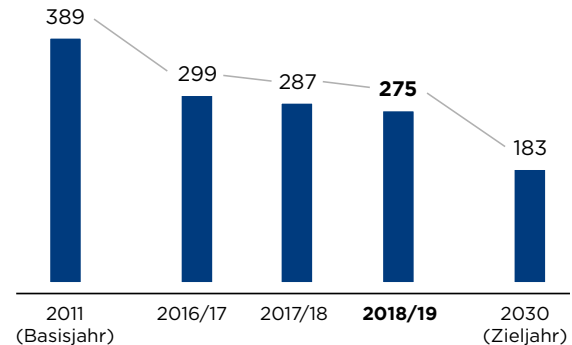
Treibhausgasemissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalente) je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche

METRO



■ Scope 1 & 2
 ■ Scope 3
 Total

Deutschland



■ Total

Definition: Unter dem Klimaschutzziel berücksichtigte Treibhausgasemissionen der Märkte, Verwaltungen und Läger von METRO, bezogen auf die Verkaufsfläche und auf die für die Belieferung genutzten Flächen. Berücksichtigt sind die Emissionen aus dem Strom-, Wärme- und Kälteenergieverbrauch inklusive Vorketten und Netzverlusten, die Kältemittlemissionen aus Gewerbekälte und Klimatisierung sowie die Emissionen aus dem Kraftstoffverbrauch der Dienstwagen, dem Papiereigenverbrauch für Werbematerial und Bürobedarf sowie den Dienstreisen.

Erläuterung: Unser Ziel ist, die spezifischen Treibhausgasemissionen bis 2030 um 50 % gegenüber dem Wert von 2011 zu reduzieren. Konkret bedeutet das: Wir wollen unsere Emissionen pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche von 376 auf 188 kg CO₂-Äquivalente pro Jahr verringern.

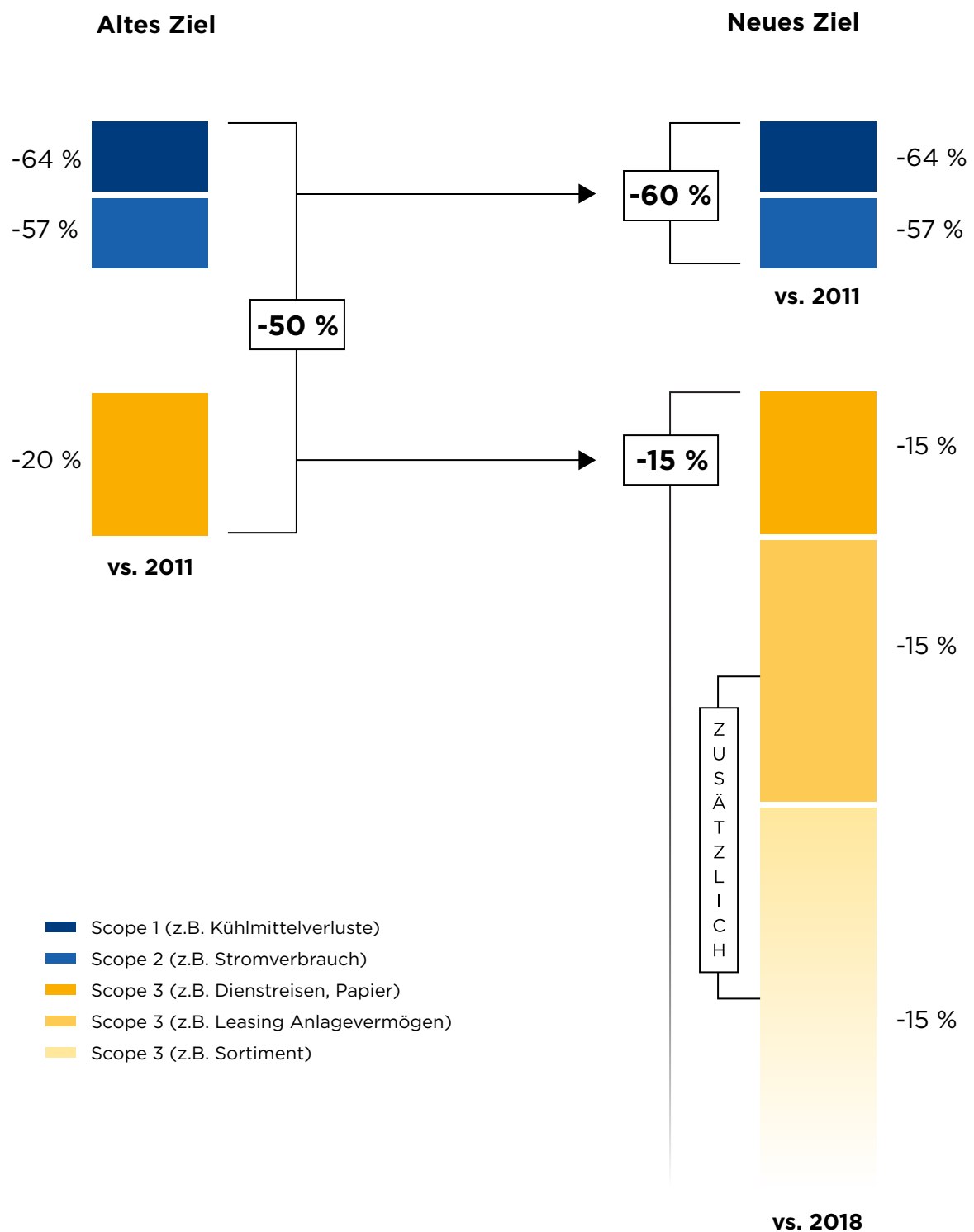
Der deutliche Rückgang der Emissionen gegenüber dem Basisjahr 2011 lässt sich im Wesentlichen auf 2 Gründe zurückführen:

- Maßnahmen zur Senkung der Verbräuche bei Energie, Dienstwagen, Papier und Geschäftsreisen sowie der Emissionen aus Kältemittelverlusten
- Die allgemeine technische und wissenschaftliche Entwicklung, die sich in Anpassungen von Emissionsfaktoren für die Berechnung der CO₂-Äquivalente niederschlägt. Vor allem bei Strom sinkt der Emissionsfaktor in vielen Ländern aufgrund des zunehmenden Anteils erneuerbarer Energien.

Im Geschäftsjahr 2018/19 hat METRO das Klimaziel auch auf die Lieferkette erweitert und sich als 1. deutscher Händler ein anerkanntes Science Based Target gesetzt. Die METRO AG verpflichtet sich, ihre Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen um 60 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Belieferungsfläche bis 2030 gegenüber 2011 zu reduzieren. Unser Ziel steht in Einklang mit den Reduzierungen, die erforderlich sind, um die Erwärmung auf deutlich unter 2°C zu halten.

Außerdem verpflichtet sich die METRO AG, die absoluten Scope-3-CO₂-Emissionen (Lieferkette) um 15 % bis 2030 ggü. 2018 zu reduzieren. Scope-3 Emissionen machen mehr als 90 % unserer Klimabilanz aus. In der folgenden erklärenden Grafik spiegelt die Größe der Blöcke den jeweiligen Anteil an unserer Klimabilanz wider.

Science Based Target – Überleitung



Entwicklungen bei den Emissionsquellen des Klimaschutzziels

Treibhausgasemissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalente) je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche

in kg CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente) pro m ² Verkaufs- und Belieferungsfläche	Basisjahr 2011	2018/19	Veränderung in %
Papierverbrauch	14	5	-63
Dienstwagen	12	10	-18
Dienstreisen	6	3	-56
Stromverbrauch	244	170	-30
Wärmeenergieverbrauch	33	29	-13
Kältemittelverluste	66	51	-23
Gesamt	376	267	-29

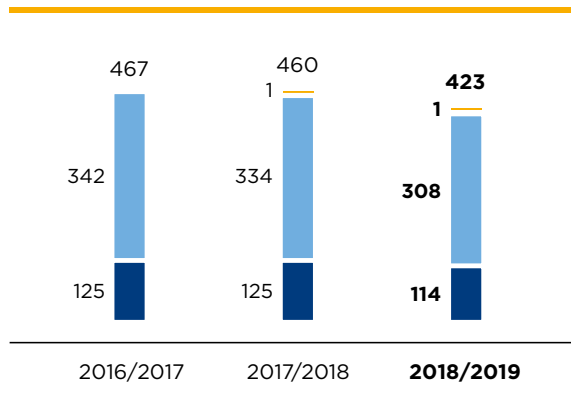
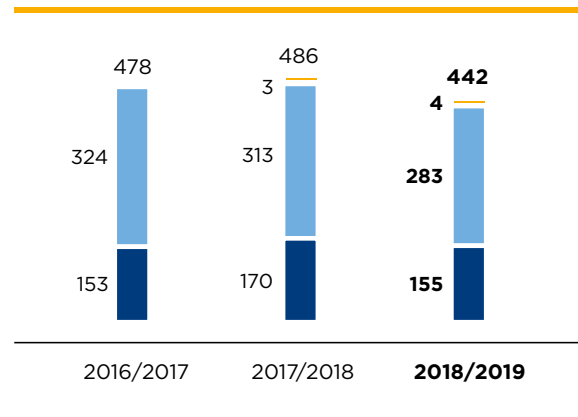
Definition: Die Entwicklung der flächenspezifischen CO₂-Emissionen aller im Klimaschutzziel enthaltenen Emissionsquellen im Vergleich zum Basisjahr 2011.

Kennzahlen Energieverbrauch

Gesamtenergieverbrauch (in MWh)

in MWh	2016/17	2017/18	2018/19
Brennstoffe (Heizöl, Gas, Benzin, Diesel, LPG, LNG)	515.206	537.190	523.762
Strom	1.625.856	1.640.227	1.610.400
Fernwärme	80.413	75.537	70.648
Fernkälte	0	3.143	3.692
Gesamt Energieverbrauch	2.221.475	2.256.097	2.208.502

Definition: Energieverbrauch für Betrieb der Standorte und für Transporte, unterteilt in die verschiedenen genutzten Energiearten. Brennstoffe beinhalten Heizöl, Kraftstoffe, Erdgas und Flüssiggas.

Strom-, Wärme- und Kälteenergieverbrauch (in kWh je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche)**METRO****Deutschland**

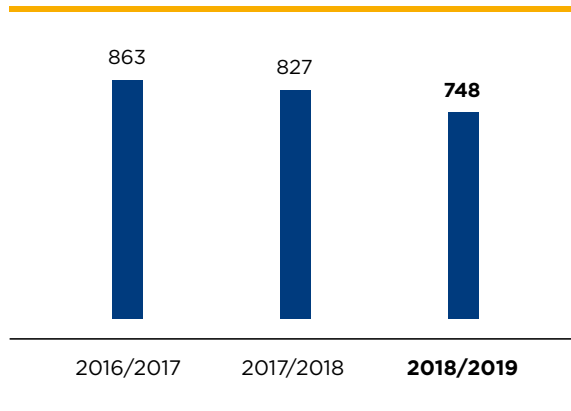
■ Wärme ■ Strom ■ Kälte

Definition: Energieverbrauch der Standorte bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche. Der Energieverbrauch setzt sich aus dem Stromverbrauch und dem Wärme- bzw. Kälteenergieverbrauch (Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas [LNG], Flüssiggas [LPG], Notstromaggregate und Fernwärme/-kälte) zusammen.

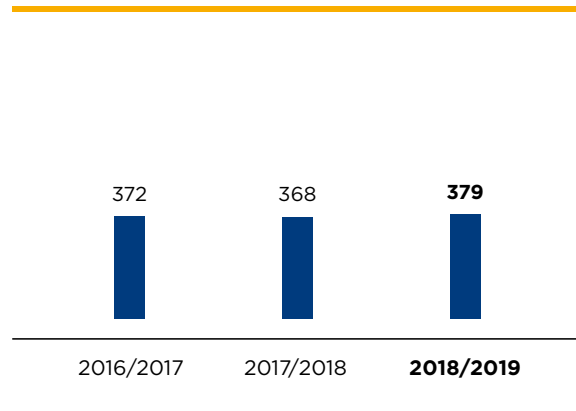
Ziel: Für METRO Wholesale haben wir das Ziel definiert, den Energieverbrauch bis 2030 um 35 % gegenüber 2011 zu reduzieren. Im vergangenen Geschäftsjahr konnte der Stromverbrauch in unseren Märkten um 3,4 % ggü. dem Vorjahr reduziert und damit unser Ziel von 2,2 % deutlich übertroffen werden.

Wasser Wasserentnahme und Abwassereinleitung (in l je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche)

METRO



Deutschland



Definition: Wasserentnahme der Standorte bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche.

Erläuterung: Absolut bezog METRO im Berichtszeitraum 3,9 Mio. m³ Frischwasser. Wasser wird für Läger, Märkte und Verwaltungsgebäude vor allem für Reinigungszwecke und den Betrieb der Sanitäranlagen benötigt. Zusätzlich kann Wasser bei der Lagerung, dem Transport und dem Verkauf von Lebensmitteln zum Einsatz kommen, bspw. für die Haltung von Lebendfisch sowie zur Fertigung von Eis zur Kühlung von Frischfisch.

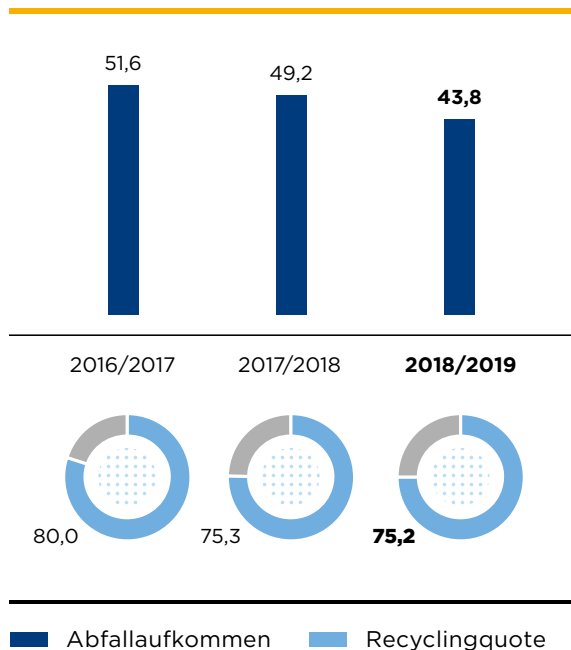
Auf Gruppenebene messen und kontrollieren wir die Menge an Wasser, die das Unternehmen aus der öffentlichen Trinkwasserversorgung entnimmt. Die öffentliche Trinkwasserversorgung ist die einzige wesentliche Quelle, aus der wir signifikante Mengen an Wasser beziehen.

Auch messen und kontrollieren wir auf Gruppenebene die Gesamtmenge unserer Abwassereinleitung. Da es an unseren Standorten keine signifikanten Wasserverbräuche gibt, basieren unsere Berechnungen auf der Annahme, dass das Abwasser der entnommenen Menge an Frischwasser entspricht. Sämtliches Abwasser wird in das öffentliche Abwassersystem eingeleitet. Die Qualität des Abwassers wird durch uns nicht selbst kontrolliert, da dies aufgrund der oben beschriebenen Nutzung nicht relevant ist.

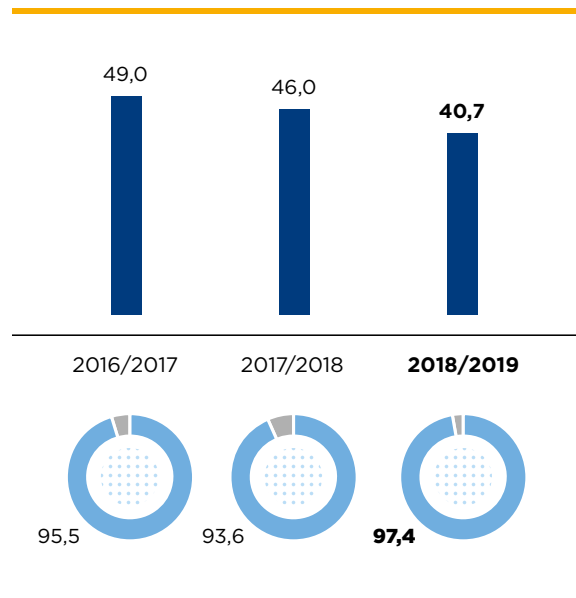
Ziel: Für METRO Wholesale wurde das Ziel festgelegt, bis 2025 5 % Wasser ggü. dem Basisjahr 2016/17 einzusparen. 2019 konnten wir den Eigenverbrauch in unseren Märkten von METRO Wholesale ggü. dem Vorjahr um 6 % berechnet auf den Quadratmeter Net Operating Area reduzieren.

Abfall Abfallaufkommen und Recyclingquote (in kg je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche bzw. in %)

METRO



Deutschland



Definition: Abfallmengen, bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche. Die Recyclingquote berechnet sich aus der Menge von Abfällen zum Recycling, zur thermischen Verwertung und zur Kompostierung im Verhältnis zur Gesamtabfallmenge.

Erläuterung: Die absolute Menge Abfall ist mit 229.451 t gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Sie teilt sich auf in:

- Abfälle zur Kompostierung (10.314 t)
- Abfälle zur thermischen Verwertung (24.158 t)
- Abfälle zur Deponierung (41.561 t)
- Abfälle zum Recycling (138.112 t)
- Abfälle zur speziellen Behandlung, bspw. gefährliche Abfälle (12.965 t)
- Abfälle, bei denen die Entsorgungsart nicht bekannt (2.340 t)

In der Berechnung der Recyclingquote berücksichtigen wir gefährliche Abfälle nicht, da wir deren Behandlung (Recycling oder Beseitigung) nicht über alle Länder hinweg systematisch erfassen können. Auf Basis von Erkenntnissen aus einigen Ländern wird ein Großteil des gefährlichen Abfalls jedoch ebenfalls dem Recycling zugeführt. Die Recyclingquote liegt somit in der Realität höher.

Reduzierung von Lebensmittelabfällen

Ziel zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen 2025

Definition: Insbesondere die Reduzierung von Lebensmittel-verlusten ist für das operative Geschäft von METRO von großer Bedeutung. Jedes Lebensmittel, das nicht verzehrt, sondern aussortiert oder weggeworfen wird, steht gleichermaßen für wirtschaftliche, soziale und ökologische Verschwendung. Aus diesem Grund hat sich METRO im Rahmen der Resolution zur Lebensmittelverschwendung des Consumer Goods Forum (CGF) verpflichtet, bis 2025 die im eigenen Geschäftsbetrieb anfallenden Lebensmittelverluste im Vergleich zu 2016 um 50 % zu reduzieren. Dazu wurde im Geschäftsjahr 2017/18 zum Beispiel das Food Loss and Waste Protocol in der Türkei erfolgreich implementiert, weitere Länder sind in der Diskussion. In 22 Ländern kooperieren wir mit Tafelorganisationen und sozialen Einrichtungen, um Lebensmittelabfälle im Markt inkl. unserer Restaurants und Warenlager zu vermeiden. Zusätzlich kooperieren 6 dieser Länder mit Too Good To Go. Lesen Sie mehr, [was unsere Landesorganisationen tun](#).

Nachhaltige Produkte

Verpackungen

Eigenmarken Verpackungsziel 2023

Definition: Das zum 1.10.2018 neu gesetzte Verpackungsziel beinhaltet 3 Teile:

- dass alle Karton-, Papier- und Holzbestandteile in Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackungen Zertifizierungen nach FSC® oder PEFC erhalten,
- expandiertes Polystyrol (EPS) in allen Verpackungsbereichen (Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackungen) abzuschaffen und
- insgesamt 300 Tonnen Plastik einzusparen.

Die Daten zur Zielerreichung lagen bis zur Veröffentlichung dieses Berichtes noch nicht vor.

Erfolg: Überprüfung und sofern möglich Überarbeitung von mehr als 18.000 Eigenmarkenverpackungen hinsichtlich ihrer Umweltauswirkungen.

Palmöl

Volumen RSPO zertifizierten Palmöls Eigenmarken

Definition: Ziel ist 100 % vom Roundtable for Sustainable Palm Oil (RSPO) nachhaltig zertifiziertes Palmöl in allen relevanten Produkten bis 2020.

Umsatz mit nachhaltigeren Produkten**Umsatz mit nach EU-Bio-Verordnung zertifizierten Produkten**

in Deutschland, in Mio. €	2016/17	2017/18	2018/19
METRO Wholesale	21,5	19,8	18,3

Anzahl Produkte aus nachhaltiger Fischerei und Aquakultur (MSC, ASC, GlobalG.A.P., EU-Bio-Label)

in Deutschland, in Stück	2016/17	2017/18	2018/19
Eigenmarkenartikel bei METRO Wholesale	35	40	20
Markenartikel bei METRO Wholesale	414	604	433

Definition: Ziel ist es, 80 % des Umsatzes unserer TOP 12 Fisch- und Meeresfrüchte-Arten (Eigenmarken und Markenprodukte) bis 2020 zu zertifizieren.

Umsatz mit Produkten aus nachhaltiger Fischerei und Aquakultur (MSC, ASC, GlobalG.A.P., EU-Bio-Label)

in Deutschland, in Mio. €	2016/17	2017/18	2018/19
METRO Wholesale	28,0	47,3	29,5

Definition: Ziel ist es, 80 % des Umsatzes unserer TOP 12 Fisch- und Meeresfrüchte-Arten (Eigenmarken und Markenprodukte) bis 2020 zu zertifizieren.

Umsatz mit Produkten aus nachhaltiger Forstwirtschaft (Label FSC® oder PEFC)

in Deutschland, in Mio. €	2016/17	2017/18	2018/19
METRO Wholesale	3	4,1	9

Definition: Ziel ist, 100 % aller SKUs, die mehr als 50 % Holz enthalten, bis 2020 aus recyceltem Material zu beschaffen oder durch FSC bzw. PEFC zertifizieren.

UNFOLD PROSPERITY

Reformulierte Produkte

in Stück	2018/19
Weniger Zucker	19
Weniger Salz	20

Definition: Ziel ist die Reduktion von je mindestens 5 % Zucker-/Salzgehalt in 30 zentral und 500 lokal bezogenen Produkten weltweit bis Dezember 2021. Unsere Gesundheits- und Ernährungsrichtlinie haben wir 2019 veröffentlicht. Mehr zu den [Erfolgen unserer Landesgesellschaften](#).

Käfigfreie Eier

Erläuterung: METRO-Märkte in Deutschland und Österreich führen seit einigen Jahren keine Batterieuhneier mehr im Eigenmarkensortiment – weder Schaleneier noch Flüssig-Ei-Produkte noch als Zutat.

Darüber hinaus will METRO sicherstellen, dass alle Schaleneier und Flüssig-Ei-Produkte der Eigenmarken in West- und Südeuropa bis Ende 2022 und in Osteuropa bis Ende 2025 zu 100 % käfigfrei sind. Die Förderung alternativer und nachhaltiger Anbaumethoden wie die Stall- und Freilandhaltung von Legehennen ist ein wichtiger Faktor, um den Kunden eine bewusste Kaufentscheidung und damit einen nachhaltigen Konsum zu ermöglichen ([METRO Commitment on cage eggs for Own Brand Assortment](#)).

Umsatz mit Produkten regionaler Herkunft

Definition: Regional:

- Nähe (Haupt- und/oder wertschöpfende Produktion ODER Inhaltsstoff 100 % aus einer Region ODER x km um das Geschäft herum),
- Zusätzliche 2 aus:
 - Transparenz und Rückverfolgbarkeit des Produkts
 - Der Produzent ist ein kleiner Halterhersteller.
 - Der Produzent unterstützt die lokale/regionale Infrastruktur und Wirtschaft.
 - Das Produkt wird auf traditionelle Weise oder nach traditionellem Rezept hergestellt.
 - Das Produkt ist eine Wiederentdeckung alter Sorten.
 - Das Produkt muss eine Zuordnung zur Region für den Kunden herstellen.
- Geographisch gekennzeichnete Produkte sind keine (unbedingt) "regionalen" Produkte!

Im Geschäftsjahr 2018/19 hat METRO Deutschland regionale Produkte im Wert von 11,8 Mio. € verkauft, beworben in speziellen Werbemitteln.

Umsatz mit fair gehandelten Produkten (Label Fairtrade oder GEPA)

in Deutschland, in Mio. €	2016/17	2017/18	2018/19
METRO Wholesale	3,7	2,4	2,3

ENHANCE PARTNERSHIP

Investitionen in das Gemeinwesen

METRO

in Tsd. €	2016/17	2017/18	2018/19
Spenden für wohltätige Zwecke	1.109	1.107	2.002
Gesellschaftliche Investitionen	2.237	1.615	2.361
Kommerzielle Initiativen	2.021	2.013	1.740
Gesamt	5.367	4.735	6.103

Deutschland

in Tsd. €	2017/18	2018/19
Spenden für wohltätige Zwecke	56	142
Gesellschaftliche Investitionen	1.058	1.184
Kommerzielle Initiativen	962	628
Gesamt	2.076	1.954

Spenden für wohltätige Zwecke

Definition: Spenden für soziale Belange, z.B. NGO, Kirche, sonstiges sowie geringfügige Spenden.

Gesellschaftliche Investitionen

Definition: Spenden für Kultur, Sport und Wissenschaft. Spenden in Form einer langfristigen Investition in die Gemeinschaft wie z.B. Schulmahlzeiten, Unterstützung benachteiligter Menschen, Tafel-Projekte.

Spenden, die die Gesellschaft langfristig unterstützen oder bewerben, z.B. METRO Marathon, Bundesverband der Tafeln e.V., World Food Programme, Kulturfeste.

Kommerzielle Initiativen

Definition: Kommerzielle Sponsorings, die daher nicht unter gesellschaftliche Spenden fallen.

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

MITTEILUNG

United Nations Global Compact

Die Teilnahme am United Nations Global Compact – der weltweit größten Initiative für unternehmerische Verantwortung – unterstützt METRO dabei, Nachhaltigkeit in ihrer Unternehmensstrategie zu verankern. Zudem gibt sie unserem langjährigen Engagement für eine verantwortungsbewusste und ethisch korrekte Geschäftstätigkeit den passenden Rahmen.

Mit der vorliegenden Fortschrittsmitteilung erfüllt METRO ihre Verpflichtung aufzuzeigen, mit welchen Leitlinien und Maßnahmen sie ihre Leistungen innerhalb der Bereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung verbessert und dafür sorgt, dass die 10 Grundprinzipien des Global Compact nicht nur heute, sondern auch in Zukunft bei strategischen Entscheidungen wie auch in der täglichen Arbeit geachtet werden.

Düsseldorf, im Dezember 2019



United Nations Global Compact Fortschrittsmitteilung 2018/19

In den folgenden Tabellen führen wir beispielhaft Verpflichtungen und Managementsysteme auf, die der Einhaltung der 10 Prinzipien dienen, Maßnahmen, die wir ergriffen haben, und Ergebnisse, die wir im Berichtszeitraum 2018/19 erzielen konnten. Alle angegebenen Darstellungen beziehen sich, soweit nicht ausdrücklich anders beschrieben, auf die fortgeführten Aktivitäten (ohne das SB-Warenhausgeschäft und ohne China).

- Menschenrechte und Arbeitsnormen ► Seite 33
- Umweltschutz ► Seite 37
- Korruptionsbekämpfung ► Seite 41

MENSCHENRECHTE UND ARBEITSNORMEN

PRINZIP 1: Unterstützung der Menschenrechte

PRINZIP 2: Ausschluss von Menschenrechtsverletzungen

PRINZIP 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

PRINZIP 4: Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit

PRINZIP 5: Abschaffung der Kinderarbeit

PRINZIP 6: Beseitigung von Diskriminierung

Verpflichtungen und Managementsysteme

METRO Geschäftsgrundsätze

METRO Richtlinie für Menschenrechte im eigenen Geschäftsbetrieb sowie in der Lieferkette

Antidiskriminierungsgrundsatz

METRO Leitlinien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft

Verhaltenskodex für Geschäftspartner

Internationale Standards entlang der Lieferkette (amfori BSCI, Sedex SMETA, RSPO etc.)

The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh 2.0

Kernarbeitsnormen der ILO (International Labour Organization), verankert in verschiedensten Unternehmensleitlinien

Sozialstandardklausel in Lieferantenverträgen

OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, verankert in verschiedensten Unternehmensleitlinien

The Consumer Goods Forum Resolution on Forced Labour

The Consumer Goods Forum Resolution on Health & Wellness

Sozialstandardrichtlinie für alle Eigenmarkenlieferanten in Risikoländern

Maßnahmen 2018/19

Die Produzenten in definierten Risikoländern (gemäß der Bewertung der amfori Business Social Compliance Initiative [BSCI]), in denen METRO Eigenmarken oder Eigenimporte aus den Bereichen der Nichtlebensmittel produziert werden, werden bei der Implementierung des amfori BSCI-Standards oder eines äquivalenten Sozialstandardsystems unterstützt. Mit Wirkung zum 1. Juni 2019 wurden dieselben Anforderungen analog auch für alle Food- und Near-Food-Produzenten im Eigenmarkenbereich festgelegt. Die METRO Wholesale Landesorganisationen sind angehalten, für diese Ausweitung landesspezifische Roadmaps zu entwickeln.

Prüfung der METRO Wholesale Landesgesellschaften zur Einhaltung der Leitlinien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft. Das Projekt ist angelegt bis 2020 alle METRO Wholesale Landesgesellschaften zu prüfen und kontinuierlich an den Verbesserungsmaßnahmen zu arbeiten. Im Geschäftsjahr 2019/20 sind weitere Prüfungen in den METRO Gesellschaften vorgesehen.

Arbeitssicherheitsmaßnahmen

Der soziale Dialog auf lokaler Ebene ist für METRO ein wichtiges Element, um gute Arbeitsbeziehungen aufzubauen.

METRO bietet allen Mitarbeitern ein eTraining zum Thema „Vielfalt & Inklusion“ an. Ziel des Trainings ist die Sicherstellung eines gemeinsamen Verständnisses von Vielfalt & Inklusion im Allgemeinen und bei METRO. Darüber hinaus zeigt das eTraining die Bedeutung von D&I im geschäftlichen Umfeld innerhalb der METRO auf.

Erstmalig Diversity & Inclusion Days der METRO AG und METRONOM am Campus in Düsseldorf, um Vielfalt und Inklusion im Unternehmenskontext für Mitarbeiter greifbarer zu machen. 350 Teilnehmer/innen diskutierten zu Inhalten der 5 Dimensionen von Vielfalt und Inklusion. Sie sollen 2020 wiederholt werden.

Mitarbeit bei dem Benchmarkingprozess der Social Standards Compliance Initiative des Consumer Goods Forums

Bis zum 30. Juni 2022 soll der Anteil von Frauen innerhalb der METRO AG in der 1. Führungsebene unterhalb des Vorstands mind. 20 % und in der 2. Ebene unterhalb des Vorstands mind. 35 % erreichen. Zudem soll nach der Zielsetzung des Aufsichtsrats, bis Juni 2022 dem Vorstand der METRO AG mind. 1 Frau angehören. Dies entspricht bei der aktuellen Besetzung mit 4 Personen einer Quote von 25 %.

2018 hat METRO das Women Leadership Programme (WLP) ins Leben gerufen. Nach erfolgreichem Abschluss eines Pilotprogramms in Juni 2018 wurde nun 2019 das Programm für die METRO AG, METRO Wholesale sowie Servicegesellschaften erfolgreich ausgerollt. Das Mitarbeiternetzwerk Women in Trade (WiT) trägt dazu bei, den Anteil von Frauen in Führungspositionen nachhaltig zu steigern, den internen und externen Dialog zu fördern und bessere Rahmenbedingungen für Frauen im Konzern zu schaffen. Mittlerweile hat WiT 7 Landesabläger eröffnet. Die Landesnetzwerke in Frankreich, Portugal, Japan, Pakistan, Deutschland, Bulgarien und Polen zahlen mit lokalen Aktivitäten auf das gemeinsame Ziel ein. Die Anzahl der Netzwerkmitglieder am Standort Düsseldorf beträgt mittlerweile rund 650 Mitglieder.

Das Mitarbeiternetzwerk METRO PRIDE für Lesben, Schwule, Bisexuelle, Trans- und Intersexuelle hat das Ziel, stärker auf die Themen sexuelle Orientierung und Identität aufmerksam zu machen.

Seit 2017 ist die METRO AG Mitglied bei PROUT AT WORK.

Seit 2018 ist METRO AG zusammen mit METRONOM Aussteller auf der LGBT+ Karrieremesse Sticks & Stones.

Seit 2018 ist METRONOM außerdem Partner von "Unicorn in Tech". Das Veranstaltungsformat bringt LGBT+ und die Tech Community zusammen und erreicht mehr als 3.900 Mitglieder weltweit.

Seit 2016 ist die METRO AG Mitglied im internationalen LEAD Network.

METRO AG und METRO-NOM sind seit 2018 Mitunterzeichner der United Nations „Free & Equal“ Standards of Conduct for Business. Diese stellen sicher, dass alle Mitarbeiter „frei und gleich“ sind und keinerlei Diskriminierung erfahren – weder im eigenen Unternehmen noch in verbundenen Gemeinschaften oder bei Zulieferern.

Zum Engagement im Bereich Vielfalt und Inklusion, Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement sowie Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen siehe auch mehr Informationen im Mitarbeiterkapitel im Geschäftsbericht 2018/2019.

Leistungen 2018/19

Von den 1.077 auditierten Eigenmarken Non-Food-Produzenten haben 99 % das Audit bestanden.

Über METRO SOURCING und METRO Türkei wurden zusätzlich zu den von der amfori BSCI angebotenen Trainings 70 Produzenten mit 126 Teilnehmern geschult.

Um unserer Sorgfaltspflicht nachzukommen, wurde das 2018 mit amfori BSCI gemeinsam entwickelte und in den METRO Wholesale Landesgesellschaften Türkei und Pakistan pilotierte Mitarbeiter-Training zum Thema Menschenrechte / Zwangsarbeit in Ukraine und Bulgarien weiter ausgerollt. Die Trainingsinhalte basieren auf unseren Verpflichtungen zu der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (UN), der Internationalen Menschenrechtscharta, den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen, den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sowie der Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO).

Im Rahmen der Prüfung zur Einhaltung der Prinzipien zu fairen Arbeitsbedingungen und Sozialpartnerschaft werden sowohl die Hauptzentralen sowie drei METRO Märkte und ein Verteilzentrum besichtigt mit einem besonderen Fokus auf Arbeitssicherheit. Risiken bzw. Mängel werden im Bericht festgehalten und sollen schnellstmöglich behoben werden.

Der Umsatz mit fair gehandelten Produkten der Vertriebslinie METRO in Deutschland beträgt rund 2,3 Mio. €. In dieser Angabe sind Artikel berücksichtigt, die mit dem Fairtrade- oder GEPA-Label gekennzeichnet sind.

Um unserer Sorgfaltspflicht nachzukommen, wurde 2016 ein Projekt gestartet mit dem Ziel, Länder auf die Einhaltung der Prinzipien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft zu prüfen. Im Rahmen des Projekts werden METRO Wholesale Landesgesellschaften (Hauptzentralen, Märkte und Verteilerzentren) geprüft. Diese erweiterte Prüfung basiert auf den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und umfasst neben den 7 globalen METRO Prinzipien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft u. a. auch den Datenschutz der Mitarbeiter sowie die Qualität der Einbindung der Mitarbeiter bzw. Kommunikation mit ihnen. Da diese METRO Leitlinien explizit auch die Mitarbeiter von Drittunternehmen auf unseren Betriebsgeländen einschließen, werden auch diese in unseren Prüfungen einbezogen. Der Prüfprozess soll gewährleisten, dass unser Unternehmen weder direkt noch indirekt an Menschenrechtsbeeinträchtigungen beteiligt ist. Unser Ziel ist, bis 2020 alle METRO Wholesale Landesgesellschaften weltweit zu überprüfen, um Schwachstellen zu identifizieren, Gegenmaßnahmen zu erarbeiten und schließlich in einen nachhaltigen Prozess zu überführen sowie ein nachhaltiges Bewusstsein für menschenrechtsrelevante Themen zu schaffen. 1. Prüfungen wurden mithilfe der METRO Konzernrevision in 2014 in den METRO Ländern Türkei, Polen und Österreich durchgeführt. Im Oktober 2016 folgte der Pilot in der Ukraine. In 2017 startete das reguläre Projekt. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2018/19 wurden mit Prüfungen in den METRO Wholesale Landesgesellschaften Pakistan, Bulgarien, Japan, Ungarn, Italien, Serbien, Indien, Slowakei, Moldawien, Spanien, Russland, Kroatien, Kasachstan, Portugal sowie Frankreich durchgeführt.

Mit Stand 30. September 2019 haben die im Bangladesch Accord gemeldeten Fabriken, die für METRO Sourcing und/oder Wholesale Landesgesellschaften produzieren, 93 % ihrer Punkte zur Verbesserung abgeschlossen.

Die Prinzipien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft beinhalten das Recht zur Vereinigungsfreiheit und die Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen. Im Rahmen der Prüfung zur Einhaltung der Prinzipien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft werden anonymisierte Gespräche mit Arbeitnehmervertretern/ Gewerkschaftsmitgliedern, eigenen Mitarbeitern sowie auch Mitarbeitern von Drittunternehmen geführt, um zu ermitteln, wie das Prinzip zur Vereinigungsfreiheit im Land umgesetzt wird und ob und in welchem Umfang ein strukturierter und regelmäßiger sozialer Dialog stattfindet.

Des Weiteren finden jährlich 3 bis 4 Sitzungen der Europäischen Betriebsräte statt, um den Austausch zwischen verschiedenen Ländern und der Geschäftsführung zu ermöglichen.

METRO wird Mitglied bei Sedex

Um das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass Arbeitssicherheit eine Aufgabe aller Mitarbeiter ist, beteiligen wir uns seit 2016 am Welttag für Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement, einer Initiative der International Labour Organization (ILO), mit diversen Mitarbeiteraktionen. Einige Länder führten Aktionen zu den Ereignissen zu einem späteren Zeitpunkt durch.

Der Frauenanteil auf den Managementebenen 1-3 lag zum Stichtag 30. September 2019 bei 24,2 %.

UMWELTSCHUTZ

PRINZIP 7: Vorsorgender
Umweltschutz

PRINZIP 8: Förderung
einer größeren
Verantwortung gegenüber
der Umwelt

PRINZIP 9: Verbreitung
umweltfreundlicher
Technologien

Verpflichtungen und Managementsysteme

METRO Umweltleitlinie

Energiemanagementsysteme nach ISO 50001

METRO Klimaschutzziel: Reduzierung der Treibhausgasemissionen pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um 50 % von 376 kg CO₂e/m² im Jahr 2011 auf 188 kg CO₂e/m² im Jahr 2030

METRO genehmigtes Science Based Target: "Die METRO AG verpflichtet sich, ihre Scope-1- und Scope-2-CO₂ Emissionen um 60 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Belieferungsfläche bis 2030 gegenüber 2011 zu reduzieren. Außerdem verpflichtet sich die METRO AG die absoluten Scope-3- CO₂-Emissionen um 15 % bis 2030 gegenüber 2018 zu reduzieren."

METRO Wasser Politik veröffentlicht

Einkaufspolitik für nachhaltige Beschaffung, daneben spezifische Einkaufsleitlinien zu Fisch, Palmöl, Papier und Holz, Soja und Verpackungen

Internationale Standards entlang der Lieferkette (GlobalG.A.P., IFS)

The Consumer Goods Forum Resolution on Deforestation

The Consumer Goods Forum Resolution on Sustainable Refrigeration

The Consumer Goods Forum Resolution on Food Waste

Mitgliedschaft im Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

Mitgliedschaft in der Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI)

Unterzeichnung der Tuna 2020 Traceability Declaration

Mitgliedschaft im Round Table on Responsible Soy (RTRS)

Unterzeichnung des Cerrado Manifesto Statement of Support

Dienstwagenrichtlinie mit Anreizsystem für treibstoffärmere Fahrzeuge

Verpflichtung zur Bereitstellung von 1.000 Ladesäulen für Elektrofahrzeuge bis 2030 im Rahmen von „EV100“ (electric vehicle joining commitment), organisiert durch „The Climate Group“

Selbstverpflichtung Einwegplastik

Verpackungsziel für Eigenmarkenprodukte bzgl. Plastik, FSC und PVC

Maßnahmen 2018/19

Maßnahmen zur Verhaltensänderung (Energy Awareness Programme), Investitionen in Energieeffizienz und erneuerbare Energien (Energy-Saving Programme), Umstellung Kälteanlagen auf natürliche Kältemittel (F-Gas Exit Programme)

Rezertifizierung und jährliche Überprüfung Energiemanagementsysteme nach ISO 50001

Umsetzung der allgemeinen Einkaufspolitik für nachhaltige Beschaffung sowie der spezifischen Einkaufsrichtlinien für Fisch, Palmöl, Holz und Papier und Verpackungen

Angebot an ökologisch und sozial zertifizierten Produkten

Selbstverpflichtung zur Berichterstattung über Projekte und deren Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen zum Thema Kreislaufwirtschaft bis 2018 im Rahmen des

Umweltaktionsprogramms des europäischen Handels (REAP), das von der Europäischen Kommission und europäischen Handelsunternehmen und -verbänden gemeinsam getragen wird

Die auf Konzernebene übergeordnete Arbeitsgruppe „Abfallmanagement“ mit Teilnehmerländern FR|PK|RO|PL|UA|TR hat zum Ziel, das Abfallmanagement in Ländern von METRO Wholesale im Bereich Märkte weiter zu optimieren und die Effizienz im Sinne einer geschlossenen Kreislaufwirtschaft zu steigern, um dadurch Kosten einzusparen.

Fokusthemen sind:

- Sammelstellen für Kunden anbieten
- Lebensmittelspenden steigern
- Mitarbeiterbewusstsein und -engagement fördern
- „Best-Practice“-Austausch fördern

Im Rahmen einer umfassenden Plastik Initiative hat METRO sich verpflichtet, bis 2025 herkömmliche Einwegkunststoffe durch wiederverwendbare, recycelbare oder kompostierbare Alternativen zu ersetzen und den Übergang zu einer geschlossenen Kunststoff-Kreislaufwirtschaft zu fördern. In den unternehmenseigenen Kantinen sollen bis 2019 Mehrwegsysteme bisherige Einweglösungen ersetzen.

Erstellung des sogenannten METRO Sustainable Value Creation Model (Modell der nachhaltigen Wertschöpfung), einer Nachhaltigkeitsbilanzierung für das Finanzjahr 2016/17 zur monetären Darstellung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von METRO Wholesale entlang der Wertschöpfungskette

Vertiefte Wirkungsanalyse 2019 für das Valencia Trading Office mit Fokus auf Umwelt und Gesellschaft

Transparente öffentliche Berichterstattung zu Klimawandel und Wasser über CDP Climate und CDP Water und CDP Forest

Engagement von 99 Lieferanten in das CDP supply chain programme Wasser mit 57 % Rücklaufquote.

Transparente öffentliche Berichterstattung zu Klimawandel und Wasser über CDP Climate Programme und CDP Water Programme

Leistungen 2018/19

Treibhausgasemissionen pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um 29 % gegenüber 2011 reduziert

Stromverbrauch pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um rund 18 % gegenüber 2011 reduziert

Treibhausgasemissionen aus Kältemittelverlusten pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um 23 % gegenüber 2011 reduziert; ausgezeichnet mit dem EHI Energy Management Award 2018 für den ZERO one Markt St. Pölten.

Wasserverbrauch pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche in den Märkten von METRO Wholesale im Vergleich zum Vorjahr um knapp 6 % reduziert

Energiemanagementsysteme nach ISO 50001 an allen Standorten in Deutschland und fast allen Standorten in Frankreich. Vollständige Re-Zertifizierung für alle deutschen METRO Gesellschaften inkl. METRO AG

BREEAM-zertifiziertes Verwaltungsgebäude von METRO in Düsseldorf

Inbetriebnahme weiterer transkritischer Kälteanlagen, in Bulgarien (1), Russland (6), Frankreich (9), Italien (3), Rumänien (2), Kroatien (2), Spanien (3), und Portugal, Polen, Deutschland (je 1), Company of the Year 2018, ausgezeichnet von Shecco

Installation weiterer Photovoltaikanlagen erweitert Gesamtkapazität auf mehr als 25.000 kWp, neueste Anlagen in Deutschland, Pakistan, Japan und Frankreich

Maßnahmen zur Wärmerückgewinnung in mehreren Märkten

Überprüfung und sofern möglich Überarbeitung von 18.000 Eigenmarkenverpackungen hinsichtlich Umweltauswirkungen

Über die Implementierung einer digitalen Plattform, die durch unseren Partner Whole Surplus entwickelt wurde, verfügt METRO Türkei nun über eine Basismethodik, mit der sich Lebensmittelabfälle im eigenen Geschäftsbetrieb systematisch messen und monitoren lassen, um Lebensmittelverluste so zu reduzieren.

METRO und Too Good To Go erweitern ihre Partnerschaft von 2 auf 6 Länder und arbeiten auch mit METRO in Frankreich, Spanien, Italien und Belgien zusammen.

In Belgien und in den Niederlanden bietet die Too Good To Go App Produkte aus METRO Märkten an, die sich beispielsweise dem Mindesthaltbarkeitsdatum nähern. In Italien, Frankreich und Spanien will METRO die Bekanntheit und Nutzung der App bei seiner Kernzielgruppe – Hotels, Gastronomen und Caterer – gezielt fördern

Ausbau der Ladesäuleninfrastruktur im Bereich Elektromobilität auf über 440 Ladepunkte bei METRO Wholesale, davon 80 für Mitarbeiter, Firmenwagen und Besucher in der METRO Zentrale; Einsatz erster elektrischer LKWs in der Belieferung – z.B. Wien 26 to LKW, in den Niederlanden 2 PHEV

Implementierung eines branchenübergreifenden Rückverfolgbarkeitssystems als Vorsorgeinstrument in Bezug auf illegale Fischerei in verschiedenen Ländern sowie Ausweitung auf weitere Partner, Länder und Sortimentsteile

Der Umsatz mit nach EU-Bio-Verordnung zertifizierten Produkten der Vertriebslinien METRO Wholesale in Deutschland beträgt mehr als 18 Mio. €.

Mit Erzeugnissen aus nachhaltiger Fischerei und Aquakultur erwirtschafteten METRO Wholesale in Deutschland einen Umsatz von 29,5 Mio. €. Dies sind Produkte mit dem Siegel des Marine Stewardship Council (MSC) und des Aquaculture Stewardship Council (ASC), einer Zertifizierung nach GlobalG.A.P. sowie mit dem EU-Bio-Label. Der

Umsatz mit Produkten, die das Label des Forest Stewardship Council® (FSC®) oder des Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC, Programm für die Anerkennung von Forstzertifizierungssystemen) tragen, lag bei rund 9 Mio. €.

Projekt in Q1/2 2019 mit 5 Ländern (DE,PT,CZ/SK, FR,IN) Entwicklung eines Strategieplans zur Umtellung des Einwegplastiksortiments. Implementierung läuft für allem METRO Länder.

Seit Juli 2019 ist die Abfallsammelstelle in METRO Markt Poznyaky in der Ukraine in Betrieb genommen. Wir bieten unseren METRO Kunden somit die Möglichkeit Abfall (Aluminiumdosen, PET-Flaschen, Glass und Pappe) zu uns zubringen, um so dafür zu sorgen, dass es recycelt wird. Dieser Service sorgt dafür, dass unsere Kunden, HoReCa und SCO's gemeinsam mit METRO den Verbrauch von Ressourcen reduziert.

METRO ist Stand heute Partner von Lebensmittelbanken in 22 METRO-Ländern. Das bedeutet, dass die Geschäfte die Lebensmittel, die sie nicht mehr verkaufen können, an die lokalen Lebensmittelbanken spenden. Im Jahr 2019 startete ein weiteres METRO-Land eine Partnerschaft mit Lebensmittelbanken oder spendeten ihre Lebensmittel direkt an Organisationen, die Menschen in Not mit Lebensmittel unterstützen.

KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

PRINZIP 10: Maßnahmen gegen Korruption

Verpflichtungen und Managementsysteme

METRO Geschäftsgrundsätze

Antikorruptionsrichtlinie

Due Diligence Prozess für Geschäftspartner

OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, verankert in verschiedensten Unternehmensleitlinien

The Supply Chain Initiative (SCI)

Maßnahmen 2018/19

Konzernweite Compliance-Kommunikation zur Information der Mitarbeiter in unterschiedlichen Formaten, einschließlich der Social-Network-Plattform von METRO, um compliance-gerechtes Verhalten sicherzustellen

Neue Antikorruptionsrichtlinie, die zwei vorherige zu Geschäftspartnern und Amtsträgern konsolidiert, verabschiedet und ausgerollt. Die Richtlinie beinhaltet u. a. eine risikobasierte Due-Diligence-Prüfung für Geschäftspartner, um diese anhand von Risikokennzahlen zu beurteilen und zu kategorisieren. Parallel wurde ein IT-System (CDDS – Compliance Due Diligence Solution) erarbeitet, das die Geschäftspartnerprüfung digitalisiert. Für Geschäftspartner mit hohem Risiko ist eine vertiefte Due Diligence Prüfung vorgesehen, die die Prüfung externer Datenbanken einschließt.

Risikoskalierung weiter umgesetzt und vertieft, auf deren Basis METRO Unternehmen in verschiedene Risikoklassen eingestuft werden (z. B. hohes, mittleres und niedriges Risiko). Dies geschieht mithilfe diverser interner und externer Risikokennzahlen. Compliance-Maßnahmen, u. a. im Bereich Antikorruption, werden dann je nach Risikoklasse des entsprechenden METRO Unternehmens hoch- oder heruntergefahren.

Leistungen 2018/19

Beispiele für interne Kommunikationsmaßnahmen:

- Compliance-Talks
- Compliance-Präsenz im Social Network von METRO
- Kommunikationskampagne mit neuen Flyern und Postern zu den METRO Geschäftsgrundsätzen, auch zum Thema Antikorruption

Beispiele für externe Kommunikationsmaßnahmen:

- Mitgliedschaft und Mitwirkung in der Allianz für Integrität, einer Antikorruptionsinitiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie des United-Nations-Global-Compact-Netzwerks
- Trainingsmanagement wurde weiter optimiert (neues eTraining Anti-Korruption, digitalisiertes Training zu den Geschäftsgrundsätzen, neue Musterpräsenzschiung Kartellrecht) für eine bessere Anpassung aller Trainings aus dem Bereich Corporate Legal Affairs & Compliance und zur Sicherstellung eines ausreichenden Schulungsangebots für die Zielgruppe mit definierten verpflichtenden Trainings
- Compliance Trainings waren konzernweit verpflichtend entweder im Format von Präsenzschiungen oder eTraining.

ÜBER DIESEN BERICHT

ÜBER DIESEN BERICHT

Transparente Berichterstattung

Der vorliegende Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2018/19 wurde in Anlehnung an die GRI-Standards erstellt. Wir verweisen auf den [GRI Content Index des Corporate Responsibility Reports 2017/18](#), der in Übereinstimmung mit den GRI Standards Option Kern erstellt wurde. Im Report 2017/18 haben wir unsere Ziele in den jeweiligen Kapiteln berichtet. Dieses Jahr haben wir sie in den Kennzahlenteil integriert.

Berichtszeitraum

Der Berichtszeitraum umfasst das Geschäftsjahr 2018/19 (1. Oktober 2018 bis 30. September 2019). Zur Fortschreibung von Entwicklungen wurden auch Informationen integriert, die sich auf Zeiträume vor 2018/19 beziehen. Zudem wurden aus Gründen der Aktualität Sachverhalte berücksichtigt, die bis Redaktionsschluss (11. Dezember 2019) vorlagen. Der Bezugsrahmen unserer Ziele und Maßnahmen wird jeweils in den entsprechenden Passagen angegeben.

Es wird jährlich über die Nachhaltigkeitsleistung von METRO berichtet – entweder in Form eines Fortschrittsberichts oder in Form des Corporate Responsibility Reports. Für das Geschäftsjahr 2017/18 wurde ein [Corporate Responsibility Report](#) erstellt, der am 13. Dezember 2018 erschien.

Berichtsgrenzen

Der Geltungsbereich der Informationen wurde jeweils in den Texten, Kennzahlen oder Zielen angegeben. Alle angegebenen Darstellungen beziehen sich, soweit nicht ausdrücklich anders beschrieben, auf die fortgeführten Aktivitäten (ohne das SB-Warenhausgeschäft und ohne China).

United Nations Global Compact

METRO engagiert sich seit 2010 für den [United Nations Global Compact](#), den weltweiten Pakt zur Förderung universeller Nachhaltigkeitsprinzipien unter dem Dach der Vereinten Nationen. Wir verpflichten uns hiermit, uns auf den Gebieten Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung kontinuierlich zu verbessern. Mit diesem online verfügbaren Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2018/19 kommt METRO der Verpflichtung nach, aufzuzeigen, wie die Leistungen innerhalb dieser Bereiche verbessert werden.

Externe betriebswirtschaftliche Prüfung des CR Reports 2018/19

Wir wollen unser Nachhaltigkeitsmanagement kontinuierlich verbessern. Ein Instrument, um die Glaubwürdigkeit und Transparenz unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung zu unterstreichen, ist die externe Prüfung des Berichts. Die Prüfung der quantitativen und qualitativen Informationen zur nachhaltigen Entwicklung erfolgte im Rahmen der unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 sowie ISAE 3410 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Nicht Gegenstand der Prüfung war die materielle Prüfung von produktbezogenen und dienstleistungsbezogenen Angaben im Bericht sowie von Verweisen auf Internetseiten und externe Dokumentationsquellen sowie zukunftsbezogenen Aussagen. Die Bescheinigung des unabhängigen Prüfers ist unter [Prüfbescheinigung](#) ► [Seite 45](#) einsehbar.

Disclaimer

Dieser Corporate Responsibility Fortschrittsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Corporate Responsibility Report. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse werden erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen können. Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss von METRO unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. METRO sieht sich auch nicht dazu verpflichtet, Berichtigungen dieser zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum dieser Materialien eingetreten sind.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit des Corporate Responsibility Report verzichten wir bei der Verwendung von Begriffen auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen, sondern nutzen die männliche Schreibweise.

Einladung zum Dialog

Der Austausch mit allen Interessengruppen wie Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser, ist uns wichtig. Denn so erfahren wir, was Sie von uns erwarten und in welchen Bereichen wir noch besser werden können. Deshalb freuen wir uns über Ihre Fragen und Anregungen zum Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2018/19 und zu unseren Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit.

Sie möchten Ihre Meinung mit uns teilen? Sie finden uns und was wir im Bereich Nachhaltigkeit tun auch auf [Twitter](#) und [LinkedIn](#). Gern schicken Sie uns eine Mail: CR@metro.de.

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT ÜBER NACHHALTIGKEITSINFORMATIONEN

An den Vorstand der METRO AG, Düsseldorf

Wir haben die Angaben zu den Nachhaltigkeitsinformationen im Bericht „Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2018/19“ (im Folgenden „Bericht“) der METRO AG, Düsseldorf, (im Folgenden „METRO“), für den Zeitraum 1. Oktober 2018 bis 30. September 2019, veröffentlicht online unter <http://www.metroag.de/cr-bericht-2018-19/> einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Nicht Gegenstand unserer Prüfung war die materielle Prüfung von produktbezogenen und dienstleistungsbezogenen Angaben im Bericht sowie von Verweisen auf Internetseiten und externe Dokumentationsquellen sowie zukunftsbezogenen Aussagen. Wie im Abschnitt „Sozialaudits“ dargestellt, wurden Zertifizierungen von Lieferanten-Produktionsstätten durch von METRO beauftragte externe Zertifizierungsgesellschaften zur Sicherstellung der Einhaltung von Umwelt-, Sozial- und Gesundheitsstandards der amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) oder nach äquivalenten Standards, durchgeführt. Die Angemessenheit und Richtigkeit der Schlussfolgerungen aus den jeweils durchgeführten Prüfungshandlungen waren nicht Bestandteil unserer Prüfung mit begrenzter Sicherheit.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter von METRO sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts und die Ermittlung und Darstellung der Angaben und Kennzahlen zu den Nachhaltigkeitsinformationen in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien. METRO wendet die in den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2) und den Corporate Value Chain (Scope 3) Standard vom World Resources Institute/World Business Council for Sustainable Development, zusammen mit internen Richtlinien, wie in den Erläuterungen zu den Kennzahlen dargelegt, als Berichtskriterien an.

Diese Verantwortung des Vorstands von METRO umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung des Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die

Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über den Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“ sowie des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3410: „Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statement“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit aussagen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die einleitend beschriebenen Angaben zu den Nachhaltigkeitsinformationen in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragungen von für die Wesentlichkeitsanalyse verantwortlichen Mitarbeitern auf Gruppenebene, um ein Verständnis über die Vorgehensweise zur Identifizierung wesentlicher Themen und entsprechender Berichtsgrenzen der METRO zu erlangen.
- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung der METRO in der Berichtsperiode.
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung von Angaben zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen, Menschenrechten und Bekämpfung von Korruption und Bestechung, einschließlich der Konsolidierung der Daten.
- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung der Angaben zu Konzepten, Due Diligence Prozessen, Ergebnissen und Risiken, die Durchführung von internen Kontrollhandlungen und die Konsolidierung der Angaben verantwortlich sind.
- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente.
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen Standorten gemeldet wurden.
- Einschätzung der lokalen Datenerhebungs-, Validierungs- und Berichterstattungsprozesse sowie der Verlässlichkeit der gemeldeten Daten durch eine Stichprobenerhebung bei METRO AG, METRO Energy Management, METRO LOGISTICS, MCC France (Frankreich) und MCC Bulgaria (Bulgarien) als Videokonferenz.
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der Angaben.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Angaben zu den Nachhaltigkeitsinformationen im Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2018/19, veröffentlicht unter <http://www.metroag.de/cr-bericht-2018-19/> für den Zeitraum 1. Oktober 2018 bis 30. September 2019 von METRO in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungsbeschränkung/AAB-Klausel

Dieser Vermerk ist an den Aufsichtsrat der METRO AG, Düsseldorf, gerichtet und ausschließlich für diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Aufsichtsrat der METRO AG, Düsseldorf, erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Fassung vom 1. Januar 2017 zugrunde (<https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf>). Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsbeschränkung auf EUR 4 Mio für Fahrlässigkeit in Ziffer 9 der AAB) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

Frankfurt am Main, den 11. Dezember 2019

KPMG AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Glöckner Wirtschaftsprüfer

Brokof Wirtschaftsprüferin

IMPRESSUM

Herausgeber

METRO AG
Schlüterstraße 1
40235 Düsseldorf

METRO AG im Internet

www.metroag.de

Corporate Responsibility

Veronika Pountcheva
Michael Goebbels
cr@metro.de

Projektverantwortung, Konzept und Redaktion

Sarah Blanchard
Nina von Radowitz

Online-Design, Konzept und Umsetzung

[nexxar GmbH](#), Wien

Veröffentlicht am 11. Dezember 2019