

KENNZAHLEN UND ZIELE

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 30 des Unternehmens sowie Kennzahlen zu unseren strategischen Nachhaltigkeitsfokusthemen: [Bioprodukte und nachhaltige Produkte](#) ▶ Seite 31, [Klimaschutz](#) ▶ Seite 32, [Menschenrechte](#) ▶ Seite 37 sowie [Vielfalt und Inklusion](#) ▶ Seite 41. Zusätzlich berichten wir zu unseren [Investitionen in das Gemeinwesen](#) ▶ Seite 52.

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, sofern die Daten entsprechend verfügbar sind. Für das [Klimaschutzziel](#) ▶ Seite 32 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 – wo immer möglich – 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 [Klimaschutz](#) ▶ Seite 32. 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.

Alle angegebenen Darstellungen beziehen sich, soweit nicht ausdrücklich anders beschrieben, auf die fortgeführten Aktivitäten (ohne das SB-Warenhausgeschäft Real und ohne METRO China). Wir berichten die meisten 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, falls nicht anders angegeben in den Fußnoten der betreffenden Kennzahlen. Die Kennzahlen zu Weiterbildung im Abschnitt [Vielfalt und Inklusion](#) ▶ [Seite 41](#) berichten wir bislang noch nicht für alle Mitarbeiter. Hier liegen uns Daten nicht für alle Vertriebslinien und Organisationseinheiten in ausreichender Qualität vor. Diese Kennzahlen zur Weiterbildung enthalten jedoch fast alle Gesellschaften bis auf einige wenige Servicegesellschaften.

Alle Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung sind durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft [geprüft](#) ▶ [Seite 106](#).

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.

Für alle angegebenen Darstellungen wurden die Daten für das SB-Warenhausgeschäft und METRO China rückwirkend aus den Daten entfernt.

Weitere Abweichungen ergeben sich bei den Kennzahlen im Abschnitt [Klimaschutz](#) ▶ [Seite 32](#) 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.

Unternehmen

Wirtschaftlicher Wert (Wertschöpfung)

Mio. €		2018/19 ¹	2019/20	Veränderung in %
Finanzkennzahlen für fortgeführte Aktivitäten				
Umsatzentwicklung flächenbereinigt	%	2,1	-3,9	-
Umsatzentwicklung in Lokalwährung	%	2,2	-4,0	-
Umsatz (netto)		27.082	25.632	-5,4
EBITDA bereinigt		1.392	1.158	-16,8
Transformationskosten		0	47	-
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen		339	3	-99,2
EBITDA		1.731	1.113	-35,7
EBIT		957	257	-73,1
Ergebnis vor Steuern		728	-32	-
Periodenergebnis ²		421	-146	-
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert)	€	1,16	-0,40	-
Dividende je Stammaktie		0,70	0,70³	-
Dividende je Vorzugsaktie		0,70	0,70³	-
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit		1.209	646	-46,6
Investitionen		826	627	-24,1
Nettoverschuldung		5.419	3.771	-30,4
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		101.654	97.639	-3,9

¹ Vorjahresanpassung aufgrund voll rückwirkender Anwendung des IFRS 16 (Leasingverhältnisse).

² Entfallend auf METRO Anteilseigner.

³ Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses.

Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und -rankings

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala	Veröffentlichungs-zeitpunkt
Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World/Europe	81 Index-Mitglied	0 bis 100	11/2020
ISS-oekom Corporate Rating	C+ Prime Status	D- bis A+	04/2020
CDP Climate Scoring	A	F bis A	12/2020
CDP Water Scoring	B	F bis A	12/2020
CDP Forest Scoring	B (Palmöl, Papier), B- (Soja), C (Fleisch)	F bis A	12/2020
FTSE4Good Global/Europe Index	Index-Mitglied	-	06/2020
MSCI	Index-Mitglied	-	-

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 2019/20 wurde METRO erneut sowohl im Dow Jones Sustainability Index Europe und World gelistet.

Da die CDP Ergebnisse erst nach Testat der nichtfinanziellen Erklärung im Dezember veröffentlicht wurden, weichen die hier dargestellten CDP Rating Ergebnisse vom Stand in der nichtfinanziellen Erklärung ab.

Bioprodukte und nachhaltige Produkte

Reformulierte Produkte

Anzahl Produkte ¹	2018/19	2019/20
Weniger Zucker	19	51
Weniger Salz	20	88

¹ Wir definieren als Produkt jedes einzelne Produkt, das unseren Kunden angeboten wird. Manchmal haben identische Produkte in den verschiedenen Ländern, in denen sie verkauft werden, unterschiedliche GTINs. In solchen Fällen werden diese identischen Produkte nur einmal gezählt.

Erklärung: Bezogen auf Eigenmarkenprodukte, die im Rahmen eines Reformulierungsprozesses bearbeitet worden sind.

Ziel: METRO-weite Reduktion von mind. 5% Zucker-/Salzgehalt in 60 zentral und 1000 lokal bezogenen Produkten bis Dezember 2021.

Klimaschutz

Treibhausgasemissionen in t CO₂ (CO₂-Äquivalente)

in t CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente)	Basisjahr 2011	2017/18	2018/19	2019/20
Scope 1 – direkte Treibhausgasemissionen	494.798	505.619	464.532	453.269
Scope 2 – indirekte Treibhausgasemissionen	931.168	747.637	732.162	692.034
Scope 3 – sonstige indirekte Treibhausgasemissionen	3.669.074	2.899.306	2.714.477	1.380.826
Treibhausgasemissionen gesamt	5.095.039	4.152.562	3.911.171	2.526.129

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

Berücksichtigt sind folgende Emissionsquellen:

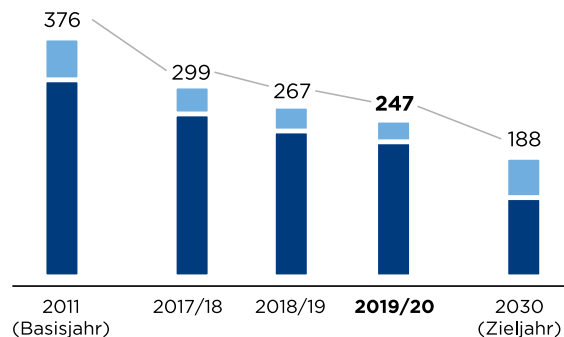
- Scope 1 = Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte, Kältemittelverluste aus Klimatisierung, Kraftstoffverbrauch Dienstwagen und eigene Logistikflotte sowie Notstromaggregate
- Scope 2 = Stromverbrauch, Fernwärme/-kälte
- Scope 3 = externe Logistik 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 <https://verantwortung.metroag.de/schwerpunkte/klimaschutz>.

Status Klimaschutzziel

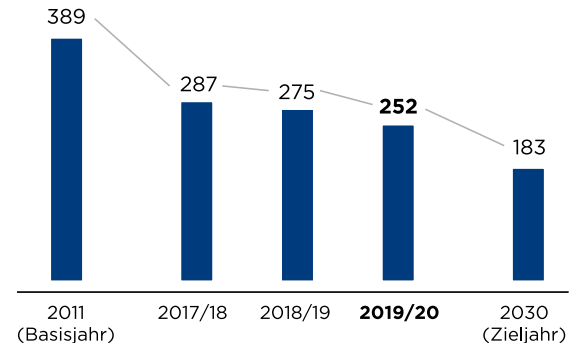
Treibhausgasemissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalente) je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche

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.

Status: Im Vergleich zum Basisjahr 2011 konnten die für das Science Based Target relevanten Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen um 31,1 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Belieferungsfläche reduziert werden.

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. Unsere Ziele zu Scope 1 und Scope 2 stehen in Einklang mit den Reduzierungen, die erforderlich sind, um

die Erwärmung der Erde bis 2100 auf deutlich unter 2°C ggü. dem vorindustriellen Niveau zu halten. Außerdem verpflichtet sich die METRO AG, die absoluten Scope-3-CO₂-Emissionen (Lieferkette) um 15 % bis 2030 ggü. 2018 zu reduzieren. In 2020 haben wir mit über 120 Lieferanten das CDP Supply Chain Program Climate durchgeführt, um Scope 3 Emissionen in unserer Lieferkette zu ermitteln. Zukünftig sollen diese Daten unsere Umweltkennzahlen anreichern. Für das Geschäftsjahr 2019/2020 fand noch kein Einbezug der CDP Supply Chain Daten in unsere berichteten Kennzahlen statt.

Entwicklungen bei den Emissionsquellen des Klimaschutzziels

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

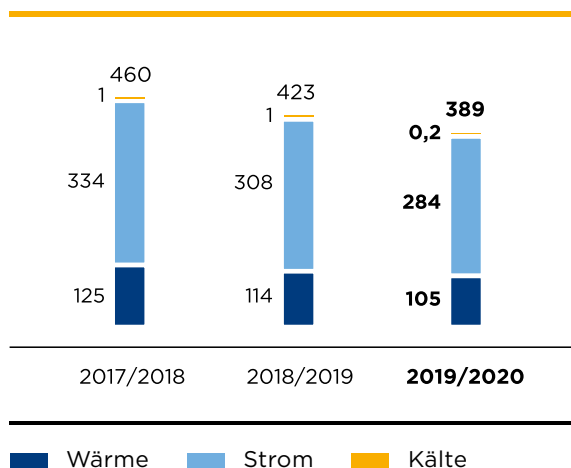
in kg CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente) pro m ² Verkaufs- und Belieferungsfläche	Basisjahr 2011	2019/20	Veränderung in %
Papierverbrauch	14	4	-70
Dienstwagen	12	9	-29
Dienstreisen	6	1	-89
Stromverbrauch	244	157	-36
Wärmeenergieverbrauch	33	26	-21
Kältemittelverluste	66	50	-24
Gesamt	376	247	-34

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

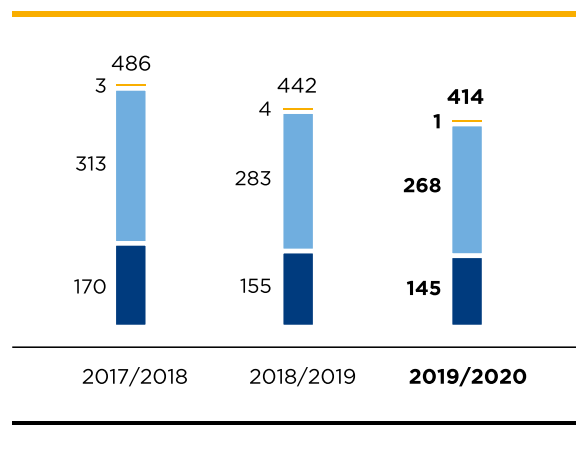
Energieverbrauch Kennzahlen

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

METRO



Deutschland



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 7,9 % ggü. dem Vorjahr reduziert und damit unser Ziel von 3,4 % deutlich übertroffen werden. Effekte durch Covid-19 konnten wir nur lokal und in kleinen Schwankungen feststellen. Den genauen Einfluss der Pandemie auf unsere Leistungen im Bereich der Energieverbräuche können wir nicht beziffern.

Gesamtenergieverbrauch

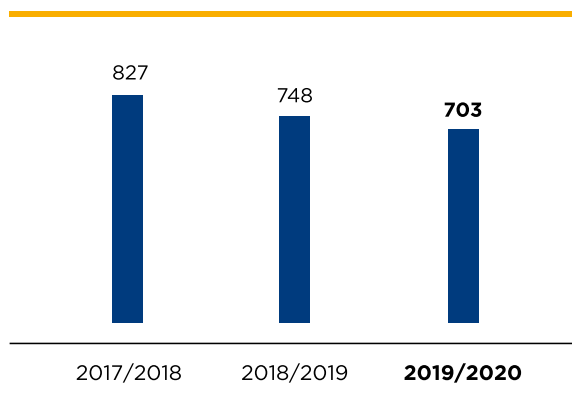
in MWh	2017/18	2018/19	2019/20
Brennstoffe (Heizöl, Gas, Benzin, Diesel, LPG, LNG)	537.190	523.762	499.428
Strom	1.640.227	1.610.400	1.523.866
Fernwärme	75.537	70.648	64.207
Fernkälte	3.143	3.692	1.299
Gesamt Energieverbrauch	2.256.097	2.208.502	2.088.800

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

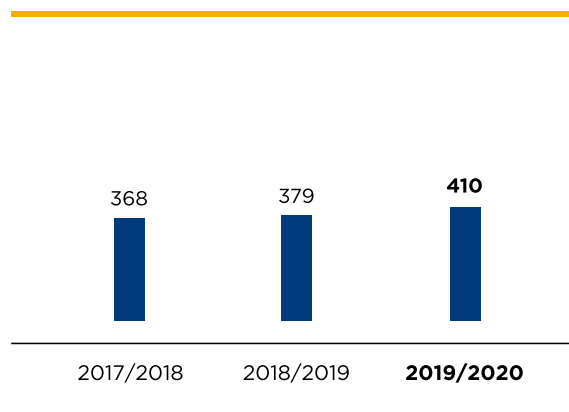
Wasser

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 3,8 Mio. m³ Frischwasser. Wasser wird für Lager, 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.

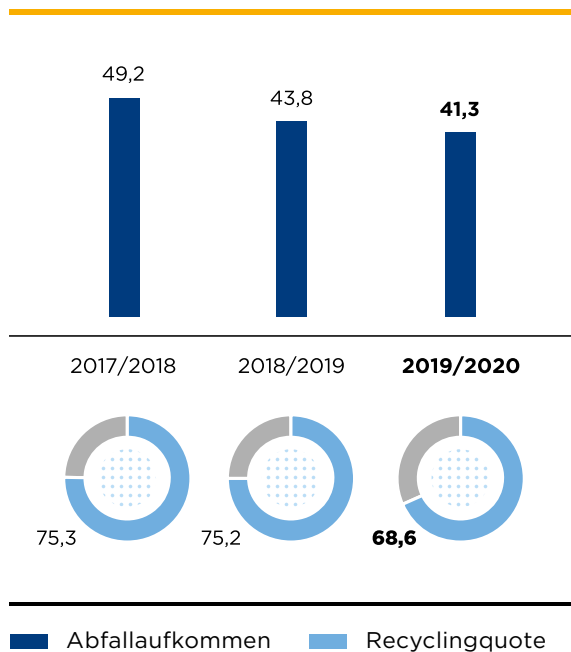
Auch messen und kontrollieren wir auf Gruppenebene die Gesamtmenge unserer Abwassereinleitung. Da es an unseren Standorten keine signifikanten Wasserverbräuche gibt, basieren unsere Berechnungen auf der Annahme, dass das Abwasser der entnommenen Menge an Frischwasser entspricht. Sämtliches Abwasser wird 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. 2020 konnten wir den Eigenverbrauch in unseren Märkten von METRO Wholesale ggü. dem Vorjahr um 6 % berechnet auf den Quadratmeter Net Operating Area reduzieren.

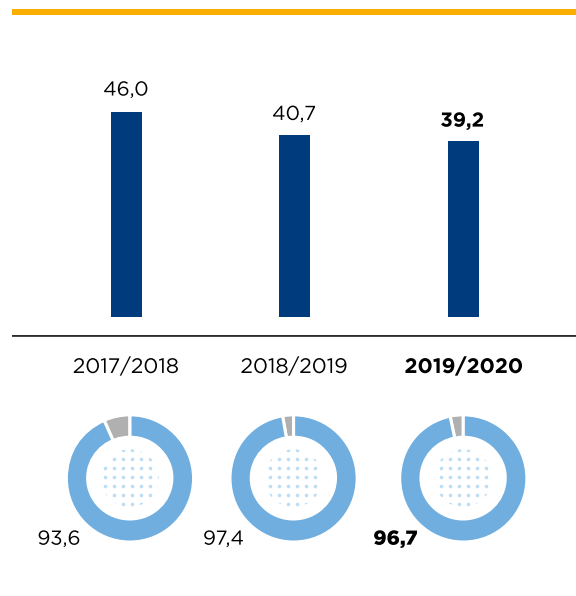
Abfall

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

METRO



Deutschland

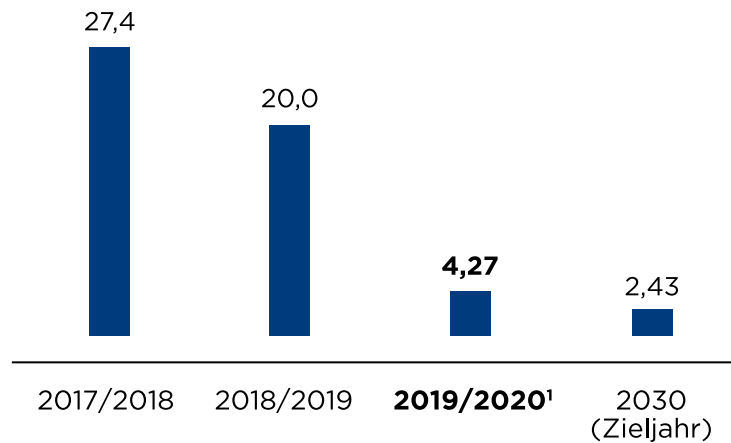


Menschenrechte

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



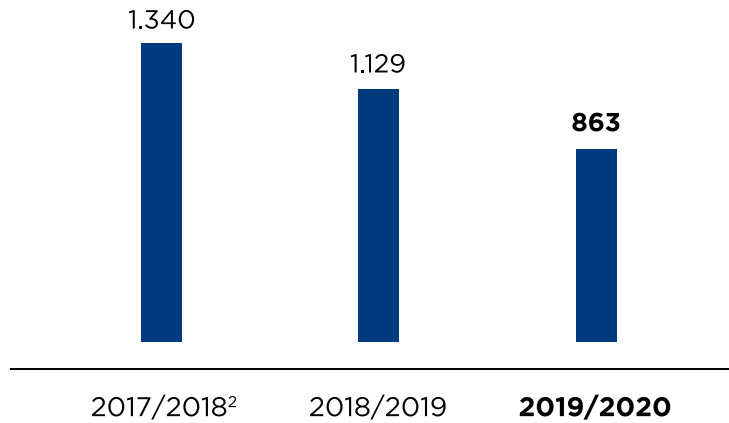
Deutschland



¹ Kennzahl nicht vergleichbar mit der Angabe im Report 2018/19 aufgrund der Umstellung im Reporting-System

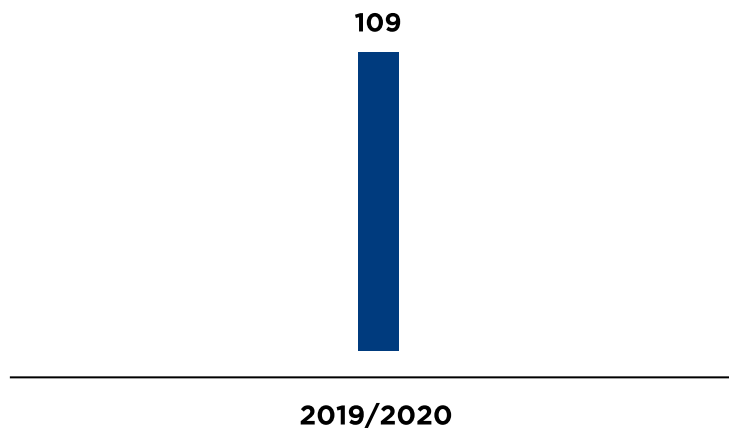
Definition: Die LTIFR erfasst die Anzahl der Unfälle mit mindestens 1 Tag Ausfallzeit (ohne den Unfalltag) pro 1 Mio. Arbeitsstunden. Todesfälle und anhaltende Arbeitsunfähigkeit bzw. Behinderung sind hierbei ebenfalls eingeschlossen, Wegeunfälle hingegen nicht.

Erläuterung: Für METRO haben wir ein konzernweites Operational Safety Management System (OSMS) initiiert, das im September 2020 vom Vorstand beschlossen wurde. Es strukturiert das Sicherheitsumfeld entsprechend den Anforderungen der ISO 45001 „Managementsysteme für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz“. Das OSMS steuert und kontrolliert die miteinander verknüpften Prozesse der verschiedenen Geschäftsaktivitäten, sodass METRO ihre sicherheitsrelevanten Verpflichtungen als Betreiber erfüllen kann. Ab dem Geschäftsjahr 2020/21 gilt das System entsprechend konzernweit. Bereits im Februar 2020 wurde das Handbuch zur Berichterstattung über Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit als Pilotprojekt gestartet, das im Rahmen der Implementierung des Operational Safety Management Systems auf alle Einheiten übertragen werden soll. Derzeit berichtet die überwiegende Mehrheit der METRO Länder regelmäßig gem. dem neuen Format mit einer verbesserten Methodik zur Erfassung und Berechnung von arbeitsbedingten Verletzungen.

Produzenten in Risikoländern**Risikobehaftete Non-Food Produzenten****Non-Food Produzenten¹ in Risikoländern (Anzahl)**

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

2 Hier dargestellte Zahlen inkludieren Real und METRO China.

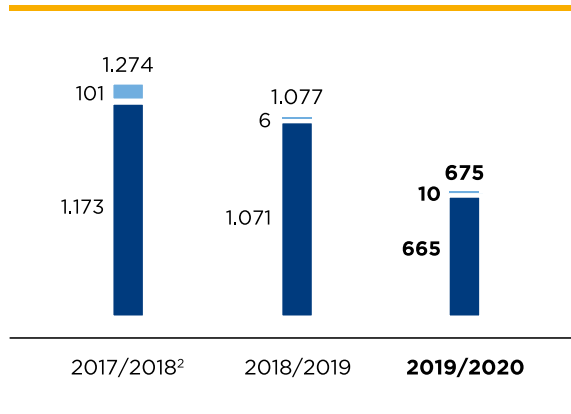
Risikobehaftete Food/Near-Food Produzenten**Food/Near-Food Produzenten in Risikoländern (Anzahl)**

Sozialaudits

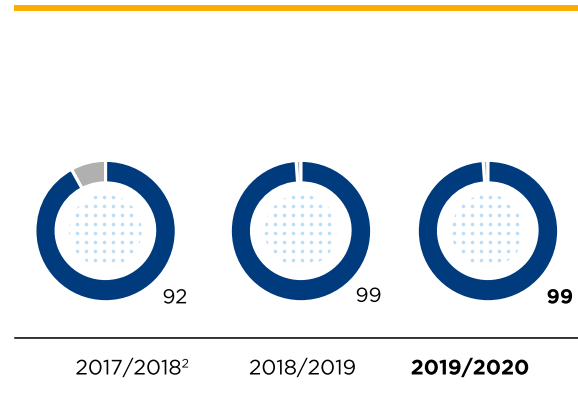


Sozialaudits, bezogen auf Eigenimporte durch METRO SOURCING und Non-Food-Eigenmarken der Vertriebslinien von METRO

Non-Food Produzenten¹ mit gültigem Audit (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 inkludieren Real und METRO China.

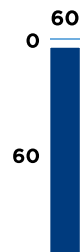
Definition: Status aller Produzenten in definierten Risikoländern gemäß der Bewertung der amfori Business Social Compliance Initiative (amfori BSCI), in denen METRO SOURCING INTERNATIONAL Importware herstellen lässt, und von Non-Food-Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte 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 2020 waren 675 Produzenten auditiert. Davon haben 99 % (665 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. Einer Gesellschaft von METRO wurde im August 2020 für den (Post-)Corona-Zeitraum die Ausnahmeregelung gewährt, einzelne Produzenten mit D-Auditergebnissen weiter zu nutzen, wenn ihr D-Auditergebnis auf ein coronabegründetes Verfehlen zurück zu führen ist. Diesen Produzenten wird eine 6-monatige Karenzzeit gewährt, bis sie ein Follow-up-Auditergebnis A-C nachweisen können.

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

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

Food/Near-Food Produzenten mit gültigem Audit (Anzahl)



2019/2020

davon mit bestandenem Audit (in %)



2019/2020

■ davon mit bestandenem Audit ■ davon mit nicht bestandenem Audit

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

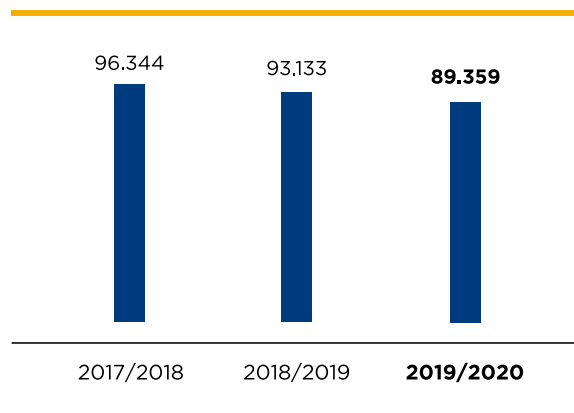
Erläuterung: Die Einführung des Prozesses für Food/Near-Food-Produzenten startete Ende 2019. Zum 30. September 2020 waren 60 Produzenten auditiert. Davon haben 100 % (60 Produzenten) das Audit bestanden. Um eine schrittweise Eingliederung unserer Produzenten in ein Sozialstandard-System wie amfori BSCI oder ein als gleichwertig anerkanntes Auditsystem zu ermöglichen, werden alle Auditergebnisse akzeptiert und genau überwacht.

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

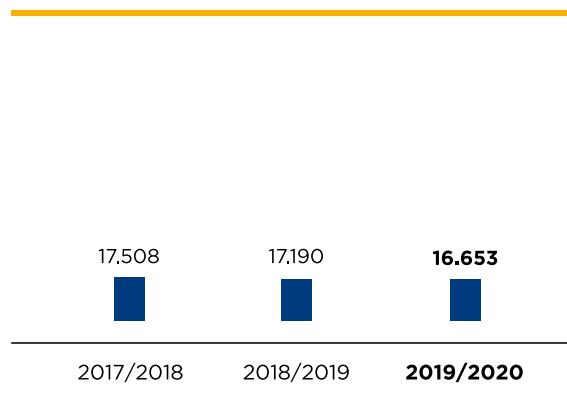
Vielfalt und Inklusion

Mitarbeiter   

METRO



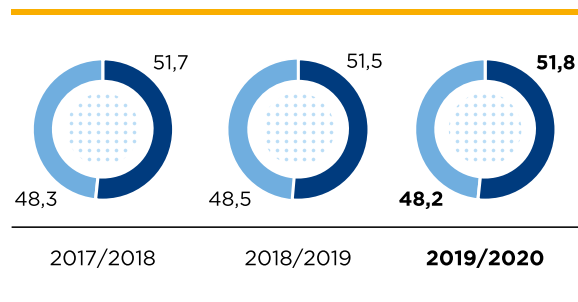
Deutschland



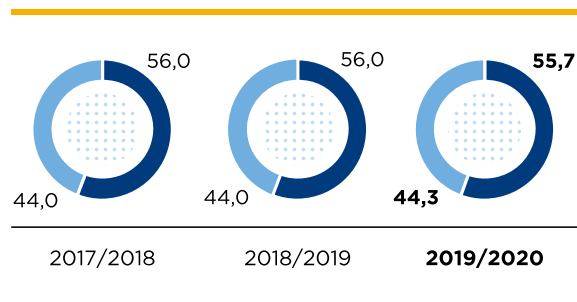
Definition: Angestellte auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland

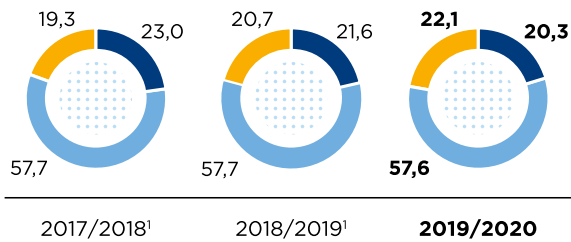


■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

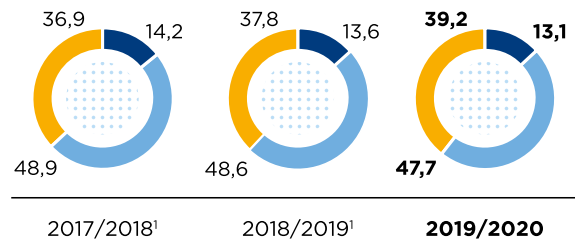
Definition: Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter nach Köpfen zum 30. September.

Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland



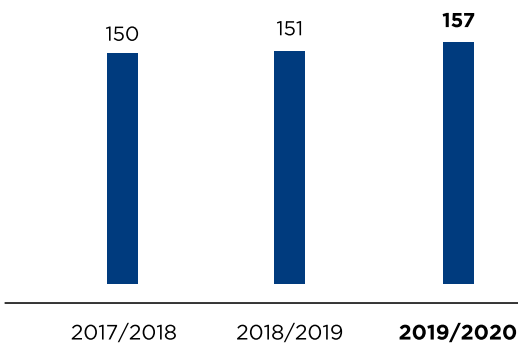
■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

¹ In den Geschäftsjahren 2017/18 und 2018/19 wurden die Zahlen fälschlicherweise inklusive der Auszubildenden ausgewiesen.

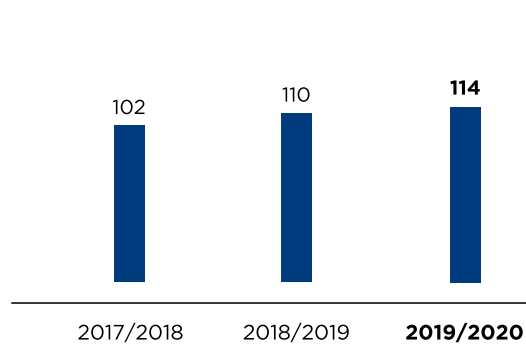
Definition: Verteilung der Angestellten auf Altersgruppen ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Anzahl Nationalitäten

METRO



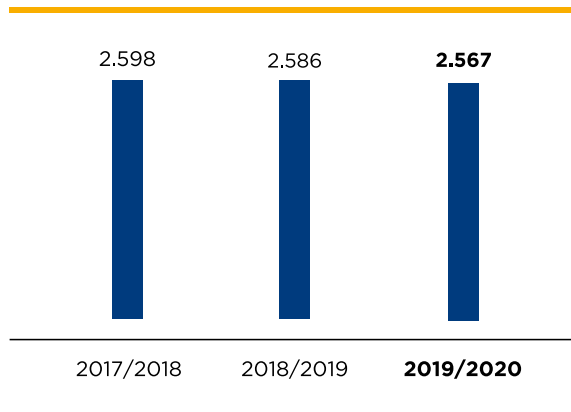
Deutschland



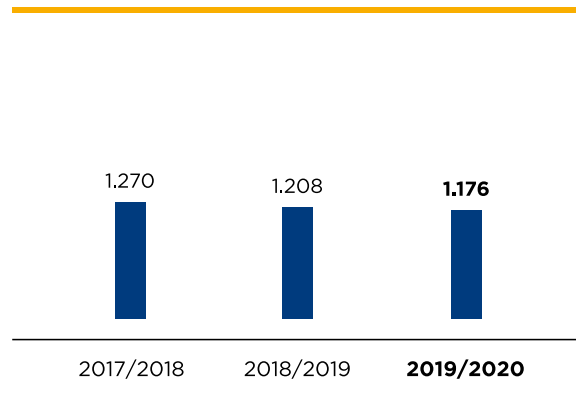
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte

METRO



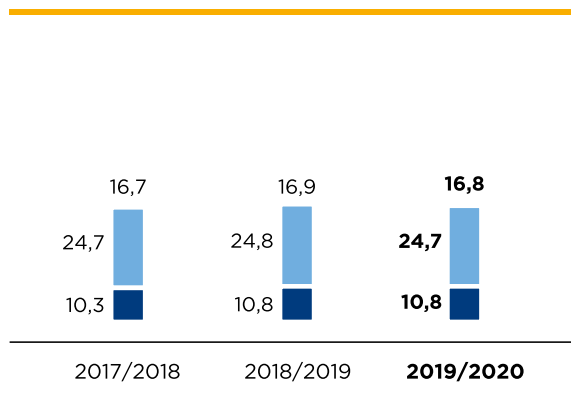
Deutschland



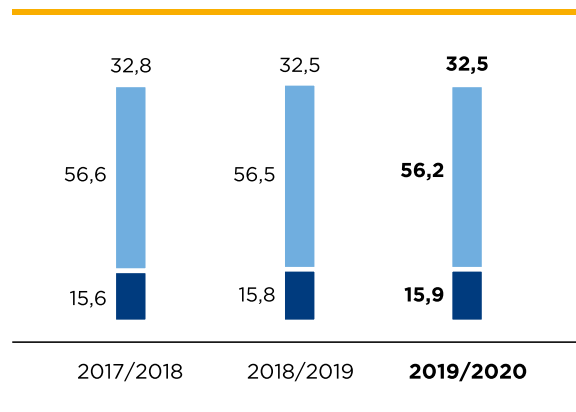
Definition: Alle Mitarbeiter, die gemäß Definition des jeweiligen Landes als schwerbehindert gelten, bzw. ihnen Gleichgestellte.

Teilzeitquote nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



■ Teilzeitquote Männer (in % aller Männer)

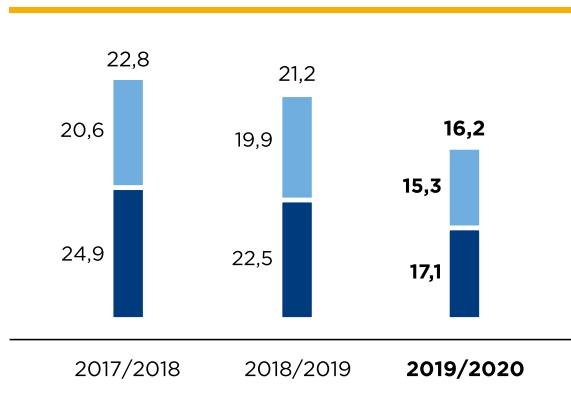
■ Teilzeitquote Frauen (in % aller Frauen)

Teilzeitquote (in % aller Angestellten)

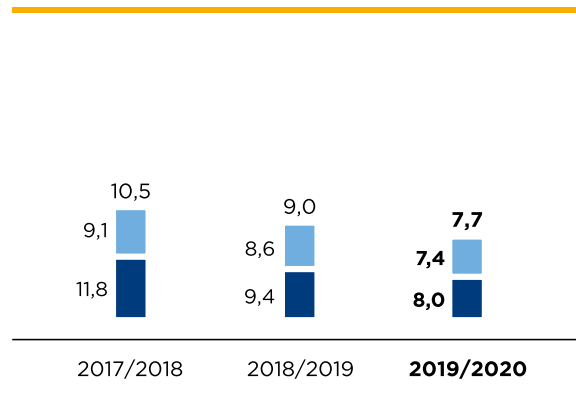
Definition: Quote der in Teilzeit beschäftigten Angestellten im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Fluktuation nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



■ Fluktuation Männer (in % aller Männer)

■ Fluktuation Frauen (in % aller Frauen)

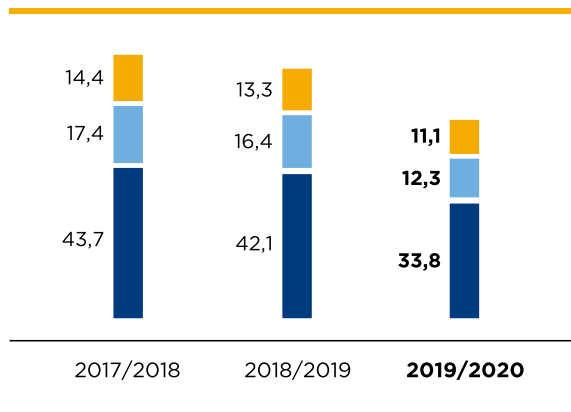
Fluktuation Gesamt (in % aller Angestellten)

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.

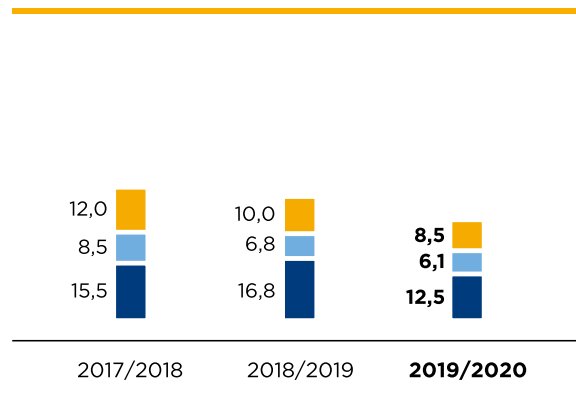
Erläuterung: Die Fluktuationsrate ist bei METRO hoch. Dies lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass die Fluktuation in einigen Ländern in Asien und Osteuropa, in denen METRO aktiv ist, generell hoch ist.

Fluktuation nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

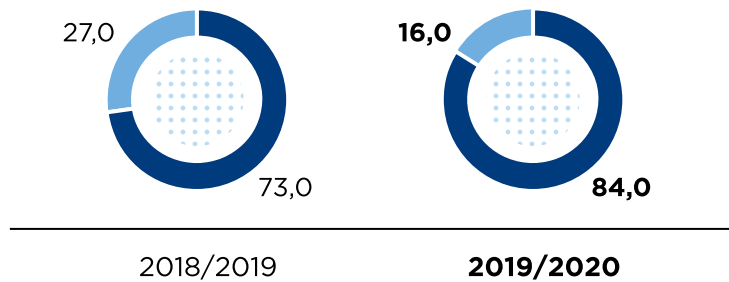


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

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



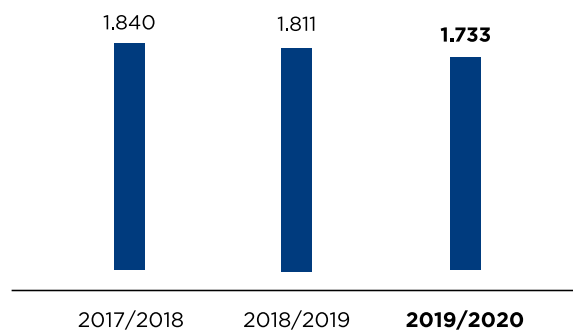
■ Anteil über Arbeitsnehmervertreter abgedeckter Mitarbeiter (%)

■ Anteil nicht abgedeckter Mitarbeiter (%)

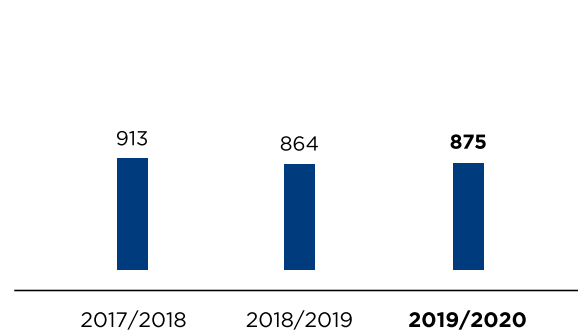
Definition: Anteil der Mitarbeiter, die durch Betriebsräte, Arbeitnehmervertreter, eine unabhängige Gewerkschaft vertreten werden oder deren Interessen über Tarifverträge abgedeckt sind

Anzahl Auszubildende, Praktikanten und Studenten

METRO



Deutschland

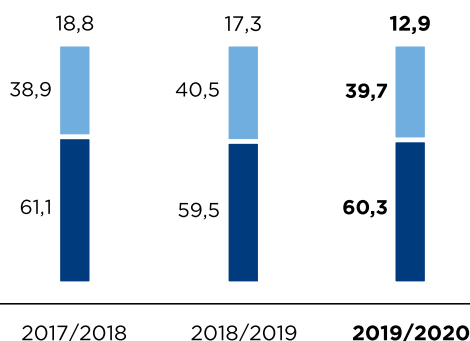


Definition: Alle Auszubildenden inklusive Praktikanten und Studenten.

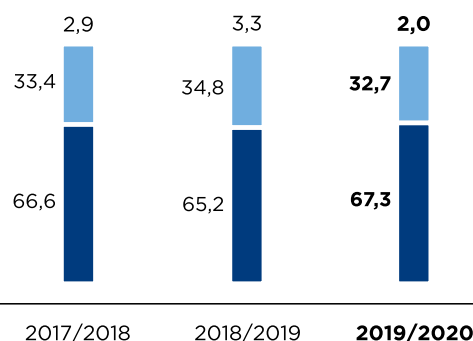
Neue Mitarbeiter

Neue Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



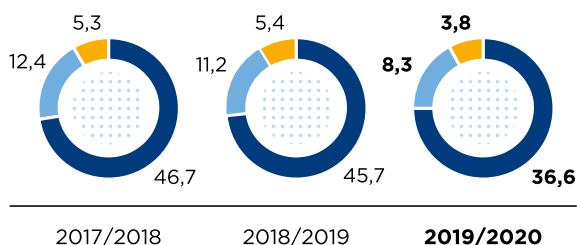
■ Anteil Männer
■ Anteil Frauen

Anteil neue Mitarbeiter an gesamten Mitarbeitern

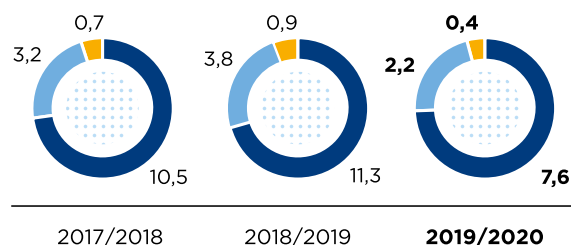
Definition: Unter Neue Mitarbeiter sind alle Eintritte und Wiedereintritte von Mitarbeitern zusammengefasst. Die Kennzahl bezieht die Zahl der Eintritte auf den durchschnittlichen Personalbestand. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

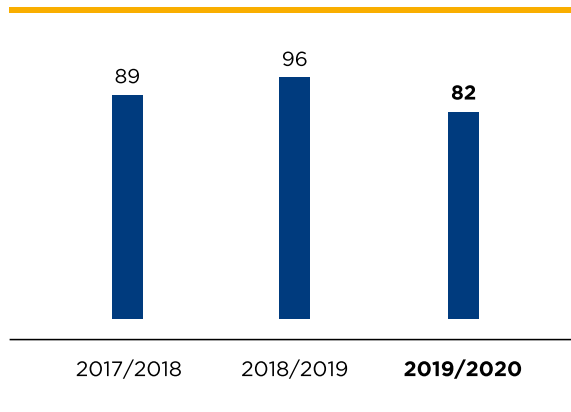


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

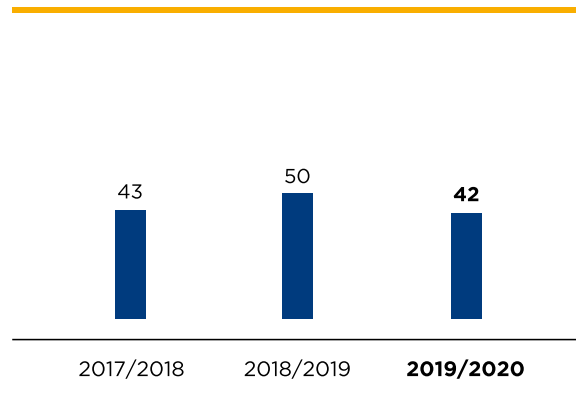
Definition: Verteilung der neu eingetretenen Mitarbeiter auf Altersgruppen im Jahresdurchschnitt. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland



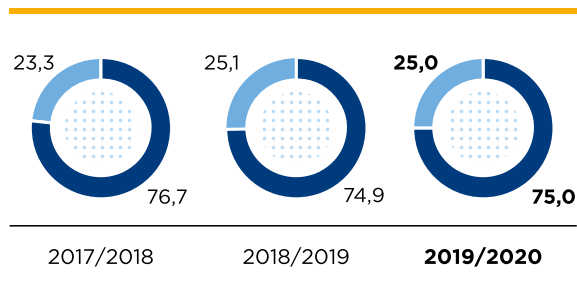
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Führungskräfte

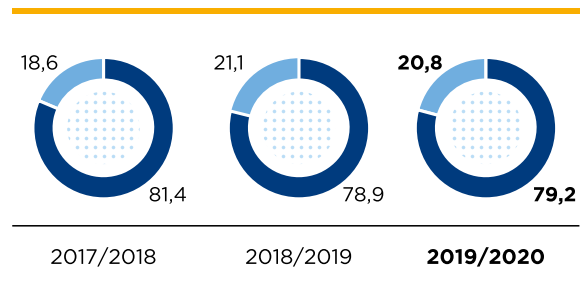


Geschlechterverteilung in Führungspositionen (in %)

METRO



Deutschland



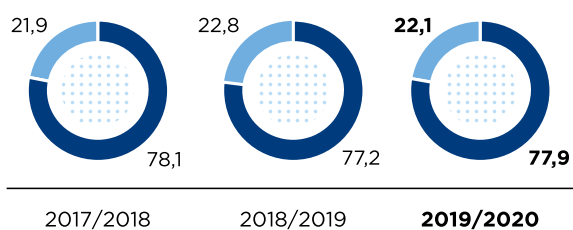
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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.

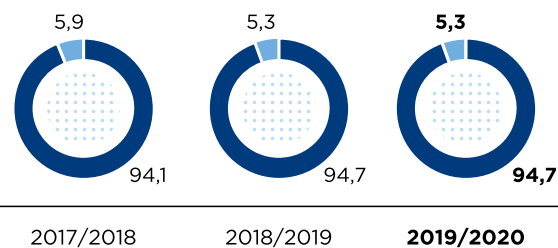
Ziele: Bis Juni 2022: zumindest eine Frau im Management Board, 20 % Frauen in Positionen 1 Ebene unter dem Vorstand und 35 % Frauen in Positionen 2 Ebenen unter dem Vorstand

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management (in %)

METRO



Deutschland



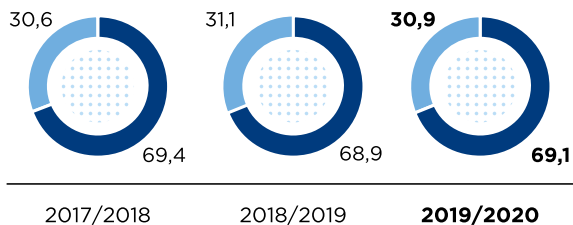
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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).

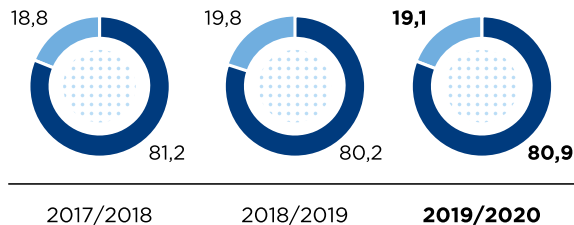
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Top Management Positionen, d.h. maximal zwei Ebenen unter dem CEO oder ähnliche Positionen (in % aller Top Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management (in %)

METRO



Deutschland



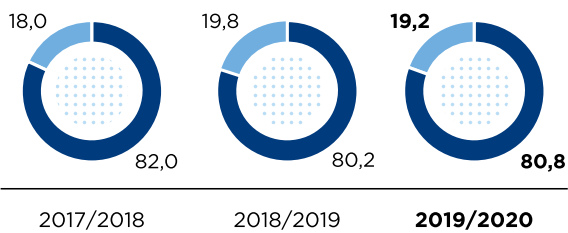
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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).

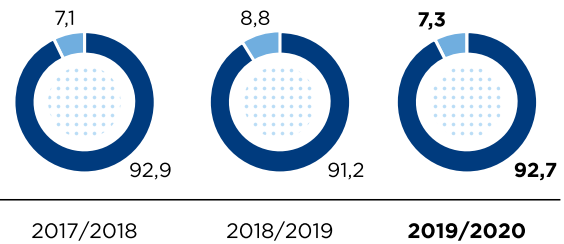
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Junior Management Positionen, z.B. erstes Management-Level (in % aller Junior Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen in Umsatz generierende Funktionen (in %)

METRO



Deutschland



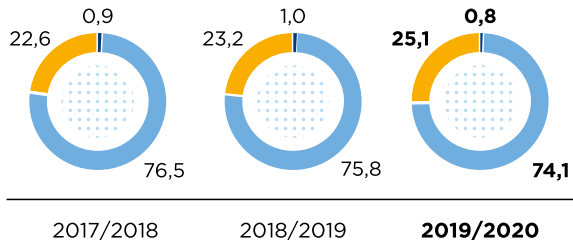
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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).

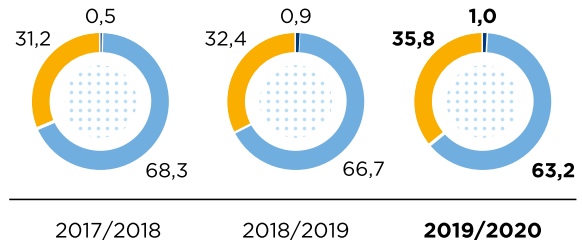
Diese Grafik zeigt i.W. den Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen in unseren Märkten und Belieferungsdepots in % aller solcher Führungskräfte in diesen Bereichen.

Führungskräfte nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

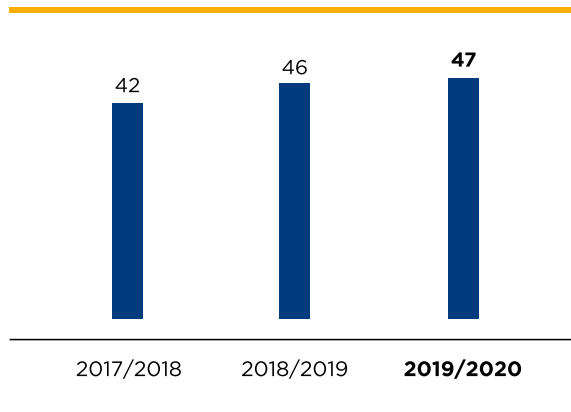


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

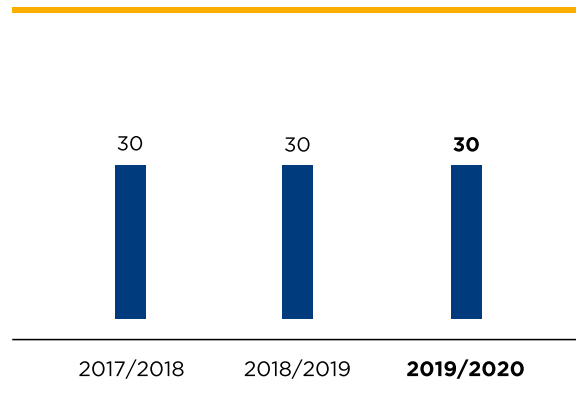
Definition: Verteilung der Führungskräfte auf Altersgruppen zum 30. September.

Anzahl Nationalitäten bei Führungskräften

METRO



Deutschland

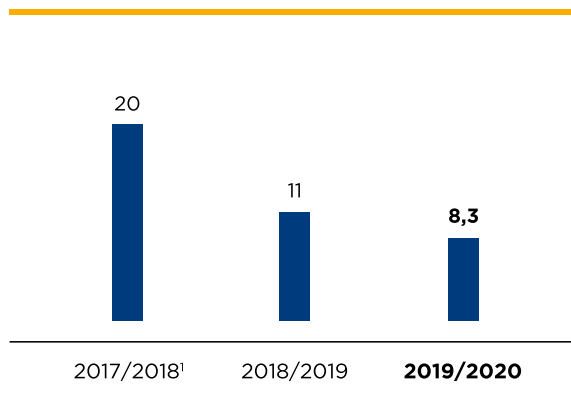
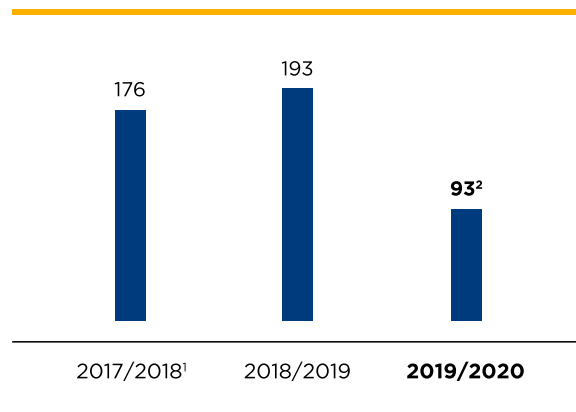


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Führungskräfte zum 30. September.

Weiterbildung und Engagement



Weiterbildung

Durchschnittliche Anzahl an Stunden für
Weiterbildung je Mitarbeiter pro JahrDurchschnittliche Weiterbildungsausgaben
je Mitarbeiter pro Jahr in €

¹ Hier dargestellte Zahlen mit Real und METRO China.

² Was die Ausbildungsausgaben betrifft, so haben uns aufgrund von Covid-19 nur 16 Länder Zahlen vorgelegt. Aus diesem Grund wird die Zahl von 93 EUR auf der Grundlage der entsprechenden Vollzeitbeschäftigten berechnet; Grundlage der Berechnung sind die Länder, die solche Daten zur Verfügung gestellt haben. Die höhere Inzidenz von e-Learnings während des Covid-19 führt zu einer deutlichen Senkung der Kosten. Im Durchschnitt nutzten die Länder nur 65% ihres Weiterbildungsbudgets.

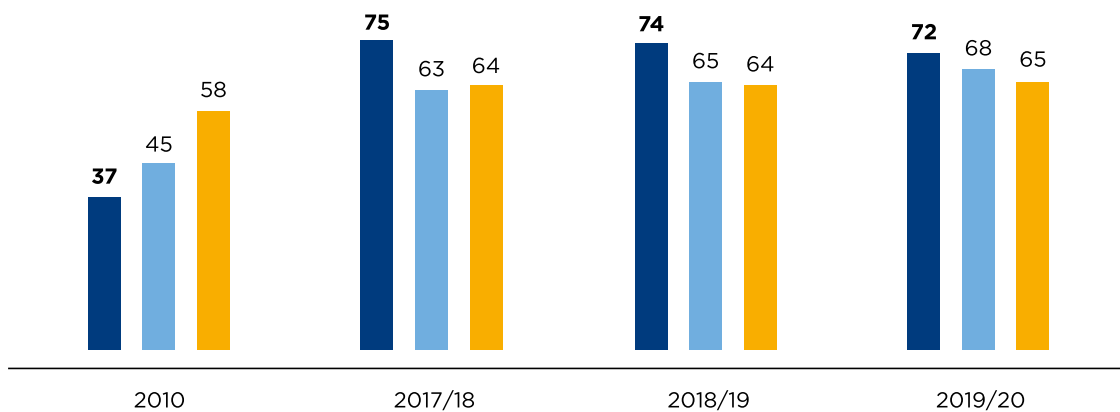
Definition: Maßnahmen (Hygiene, Arbeitsschutz etc.) und Trainings, die sich auf den laufenden Geschäftsbetrieb fokussieren, sowie mittel- und langfristig nutzbare Weiterbildungsmaßnahmen, die auf die Weiterentwicklung des Geschäftsablaufs abzielen.

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



■ Engagement Score METRO ■ Global Retail Benchmark
■ Global All Industries Benchmark

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 %.

Gesellschaftliches Engagement

Investitionen in das Gemeinwesen – METRO

in Tsd. €	2017/18	2018/19	2019/20
Spenden für wohltätige Zwecke	1.107	2.002	2.400
Gesellschaftliche Investitionen	1.615	2.361	3.735
Kommerzielle Initiativen	2.013	1.740	744
Gesamt	4.735	6.103	6.879

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.

Investitionen in das Gemeinwesen – Deutschland

in Tsd. €	2017/18	2018/19	2019/20
Spenden für wohltätige Zwecke	56	142	38
Gesellschaftliche Investitionen	1.058	1.184	1.093
Kommerzielle Initiativen	962	628	221
Gesamt	2.076	1.954	1.352

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.

VERPFLICHTUNGEN, POSITIONEN UND ZIELE

Im Folgenden finden Sie die nachhaltigkeitsbezogenen Verpflichtungen, Positionen und Ziele der METRO. Sie bieten eine Orientierungshilfe, wie wir bestimmte Nachhaltigkeitsthemen formal bewerten und angehen und dabei ökologische und soziale Verantwortung in unserem Geschäft übernehmen.

Lebensmittelverschwendung

**Verpflichtung/Richtlinie/
Position**

CGF Verpflichtung

Ziel

METRO möchte bis 2025 die im eigenen Geschäftsbetrieb anfallenden Lebensmittelverluste im Vergleich zu 2016 um 50 % zu reduzieren. Dazu haben wir uns im Rahmen der Resolution zur Lebensmittelverschwendung des Consumer Goods Forum (CGF) verpflichtet. Wir arbeiten derzeit an einer Überarbeitung des Ziels.

WRI 10x20x30 Verpflichtung:
[Champion 12.3 – 10x20x30 Initiative](#)

METRO bezieht 20 Lieferanten in den Ansatz zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen bis 2030 in Zusammenarbeit mit dem World Resource Institute ein.

Alternative Proteine

**Verpflichtung/Richtlinie/
Position**

Position zu Alternativen
Proteinen

Ziel

METRO's Ansatz für Alternative Proteine hat drei Säulen:

Nachhaltige Beschaffung: Alternative Proteine müssen verantwortungsbewusst beschafft werden, was die Befolgung etablierter Praktiken einschließt, die durch unsere bestehenden Richtlinien und Verpflichtungen zur nachhaltigen Beschaffung bestimmt werden.

Marketing und Schaffung von Kundenbewusstsein: Wir werden den Umgang mit alternativen Proteinen auf verantwortungsvolle Weise fördern

Verzehr (Gerichte und Speisekarte unserer Kunden): Wir helfen unseren Kunden zu verstehen, was sie tun können, um Gerichte mit bewussten Proteinen im Kontext ihrer Lokalität und Kultur zu kreieren.

Bioprodukte und nachhaltige Produkte

Verpflichtung/Richtlinie/ Position

METRO Gesundheits- und Ernährungspolitik in Bezug auf Eigenmarken

Ziel

Weniger Zucker und Salz:

- METRO-weite Reduktion von mind. 5 % Zucker-/Salzgehalt in 60 zentral und 1000 lokal bezogenen Produkten bis Dezember 2021.

Frei von:

- Trans-Fett: Bis April 2021 nicht mehr als 2 g Transfett pro 100 g Fett, außer Transfett, das natürlich vorkommt
- Geschmacksverstärker: Vermeidung von Mononatriumglutamat (MSG, E621) bei ausgewählten Eigenmarkenprodukten bis Dezember 2021
- Azo-Lebensmittelfarben: Ersetzen von Tartrazin E102, Chinolingelb E104, Sonnenuntergangsgelb E110, Carmoisin E122, Ponceau 4R E124 und Allurarot E129 in zentral beschafften Eigenmarkenprodukten, vorzugsweise in allen Eigenmarkenprodukten und insbesondere in den wichtigsten Eigenmarkenprodukten bis Dezember 2021
- Konservierungsmittel: Mögliche Reduktion des Gehalts an oder Vermeidung von Kaliumnitrit E249, Natriumnitrit E250, Natriumnitrat E251 und Kaliumnitrat E252 in den wichtigsten Eigenmarkenprodukten bis Dezember 2021
- Andere Zusatzstoffe (Konservierungsmittel, Nanopartikel, Karamell, modifizierte Stärke, andere): Reduzierung der Anzahl der Zusatzstoffe im Anschluss an die Benchmark-Testergebnisse und Bemühung um „Clean Label“-Produkte, wann immer und so weit wie möglich bis Dezember 2021

Sehen Sie alle [Kennzahlen zu Bioprodukte und nachhaltige Produkte](#) ► [Seite 31](#)

Rohstoffbeschaffung

Verpflichtung/Richtlinie/ Position

Ziel

./.

Ansatz zur nachhaltigen
Beschaffung von
Agrarrohstoffen in Bezug auf
Eigenmarken

Allgemeine Einkaufspolitik
für nachhaltige Beschaffung
in Bezug auf Eigenmarken

./.

Einkaufspolitik für
nachhaltiges Soja in Bezug
auf Eigenmarken

Soja als Zutat (Tier-1-Soja) in Produkten mit mehr als 95 %
Sojaanteil. z.B.: Edamame Bohnen, Miso Suppe, Misopaste,
Sojaöl, Sojanüsse, Sojasauce, Tofu und Soja in Tierfutter
(Tier-2-Soja) müssen bis Ende 2025 mit einem
Zertifizierungsprogramm zertifiziert werden:

1. Runder Tisch für verantwortungsvolles Soja (RTRS-
Credits oder RTRS-zertifiziert) oder
2. ProTerra-Zertifizierungsprogramm oder
3. eines der von der FEFAC genehmigten
Zertifizierungssysteme

Einkaufspolitik für
nachhaltiges Palmöl in Bezug
auf Eigenmarken

Ziel: 100 % nachhaltiges Palmöl auf RSPO-Level
„Segregated“ oder „Identity Preserved“ in METRO-
Eigenmarkenprodukten bis 2023

Einkaufspolitik für
nachhaltiges Papier und Holz
in Bezug auf Eigenmarken

Umweltaspekt:

- 100 % der Eigenmarkenprodukte aus Holz oder
Holzfasern entsprechend dem Geltungsbereich stammen
bis 2020 aus legalen und verantwortungsvoll
bewirtschafteten Wäldern
- Für die Länder, in denen der Markt noch Schwierigkeiten
hat, das oben erwähnte Zieljahr zu erreichen, gilt eine
Verlängerung bis 2023.

Für die Beurteilung der Konformität gilt Folgendes:

- Produkte, die aus Recyclingholz oder -fasern hergestellt
werden, gelten als nachhaltig im Sinne dieser Richtlinie;
darüber hinaus können sie nach ISO 14024:2018 Typ I
zertifiziert werden
- Produkte, die aus Frischfasern hergestellt werden,
müssen nach einem der Forstzertifizierungssysteme
unabhängiger Dritter zertifiziert sein.
 - FSC (Forest Stewardship Council) oder
 - PEFC (Programme for the Endorsement of Forest
Certification Schemes)

Sozialaspekt:

Bis 2020 strebt METRO innerhalb unserer Eigenmarken-Lieferkette einen Anteil von 100 % an Papier- und Holzprodukten an:

- Alle Verarbeitungsbetriebe müssen gemäß den Anforderungen der METRO Sozialstandard Richtlinie anhand eines der anerkannten Sozialaudits/ Zertifizierungen auditiert oder zertifiziert werden.

Fleisch Einkaufspolitik in
Bezug auf Eigenmarken

Die Fleisch Einkaufspolitik enthält keine neuen Zielvorgaben, sondern knüpft an relevante Ziele aus den Einkaufspolitiken zur nachhaltigen Beschaffung an.

Tierwohl-Politik in Bezug auf
Eigenmarken

Die METRO strebt eine Verbesserung ihres Sortiments in Richtung höherer Tiergesundheits- und Tierschutzstandards an, indem sie die folgenden Ziele erreicht

- 100 % Transparenz der Tierherkunft (Land des Landwirtschaftsbetriebs & der Schlachtung)
- 100 % Ausschluss des präventiven Einsatzes von Antibiotika und Wachstumsförderern
- 100 % Ausschluss von geklonten Tieren oder genetisch veränderten Tieren
- 100 % Ausschluss von routinemäßigen Verstümmelungspraktiken wie Kastration, Schwanzkupieren, Zähne beschneiden, Schnabelschneiden, Flossenschneiden
- 100 % Ausschluss von Käfigeiern aus der Lieferkette in Übereinstimmung mit der Einkaufspolitik für käfigfreie Eier
- 100 % humane Betäubung von Tieren vor der Schlachtung
- Vermeidung von Langstreckentransporten, wo immer möglich, und Gewährleistung von Lebetiertransporten auf ein Minimum

Einkaufspolitik für
nachhaltigen Fisch und
Meeresfrüchte in Bezug auf
Eigenmarken

METRO hat sich drei Ziele für Fisch und Meeresfrüchte
gesetzt:

Umweltaspekt:

90 % unserer zwölf wichtigsten Arten werden bis 2025
entweder:

1. nach einem der anerkannten Zertifizierungsstandard
zertifiziert werden
oder
2. sich an einem glaubwürdigen umfassenden Projekt zur
Verbesserung der Fischerei (FIP) oder an einem Projekt
zur Verbesserung der Aquakultur (AIP) beteiligen, das
sich auf dem Weg zur Zertifizierung befindet und das
klare Ziel hat, die Zertifizierung innerhalb eines
angemessenen Zeitrahmens zu erreichen
oder
3. mit einem Audit durch Dritte oder einem lokalen
Zertifizierungsprogramm mit zuverlässigen Kriterien
befasst sein.

Sozialaspekt:

Bis 2025 strebt METRO an, dass 100 % der Arten anhand
eines der anerkannten Sozialaudits oder Zertifizierungen
gemäß den Anforderungen der METRO Sozialstandard
Richtlinie auditiert oder zertifiziert werden. Derzeit gilt dies
nur für Verarbeitungsbetriebe an Land sowie für die
Aquakultur an Land und auf See. In Bezug auf den Betrieb
auf See wird METRO jeden Zertifizierungsstandard
akzeptieren, der durch ein in Entwicklung befindliches
soziales Benchmark-Tool speziell für Fisch- und
Meeresfrüchte anerkannt wurde.

Rückverfolgbarkeit:

Bis 2030 müssen alle Produkte digital rückverfolgbar sein
und wichtige Datenelemente des Standards des Global
Dialogue on Seafood Traceability (GDST) erfüllen.

Zusätzlich müssen die wissenschaftlichen und
gebräuchlichen Namen der Arten sowie das FAO-
Fanggebiet (Wildfänge) oder der Name des Gewässers
(Binnenfischerei) oder des Landes der Aquakultur auf den
Produkten sichtbar sein.

Einkaufspolitik für käfigfreie Eier in Bezug auf Eigenmarken

METRO verpflichtet sich zur Beschaffung von 100 % käfigfreien Schaleneiern und zur Einführung eines 100 % käfigfreien Flüssigeisortiments:

- Bis Ende 2022 in West- und Südeuropa
DE|AT|IT|PT|ES|BE|NL|FR
- Bis Ende 2025 in Osteuropa (HU|HR|RS|PL|CZ/
SK|RO|TR|BG) plus UA und RU
- Bis Ende 2027 in den übrigen Märkten, wie IN|CN|PK|JP,
in denen die Beschaffung von käfigfreien Eiern derzeit
eine Herausforderung darstellt, weshalb wir gemeinsam
mit der Industrie an der Lösung des Problems arbeiten.

Position zu Gentechnik ./.

Position zu Artenvielfalt ./.

Grundsätze der guten Praxis ./.
in der
Lebensmittelversorgungskette
(European Supply Chain
Initiative)

Menschenrechte

Verpflichtung/Richtlinie/ Position

Sozialstandard Richtlinie in
Bezug auf Eigenmarken

Ziel

Ziel: Sozialverträgliche Lieferketten für alle risikoreichen
Eigenmarkenhersteller bis 2030. Dazu gehören Non-Food-,
Near-Food- und Lebensmittelproduzenten aller Stufen, die
in ihren Produktionsstätten ein Risiko hinsichtlich möglicher
Menschenrechtsverletzungen tragen. Die
Sozialverträglichkeit kann durch ein gültiges Audit gemäß
eines der von den METROs anerkannten Sozialauditsysteme
nachgewiesen werden.

Sehen Sie alle [Kennzahlen zu Menschenrechten](#) ► [Seite 37](#)

Verpackung und Plastik

Verpflichtung/Richtlinie/ Position

METRO Verpackungspolitik
in Bezug auf Eigenmarken

Ziel

Ziel: Polyvinylchlorid (PVC)/Polyvinylidenchlorid (PVdC) in Verpackungen von Eigenmarkenprodukten auf allen Verpackungsebenen (primär, sekundär und tertiär) bis 2023 auslaufen lassen, Basisjahr 2014

Ziel: 100 % Ausschluss von expandiertem Polystyrol (EPS) in Verpackungen von Eigenmarkenprodukten auf allen Verpackungsebenen (primär, sekundär und tertiär) bis 2023, Basisjahr 2018

Ziel: 100 % Forest Stewardship Council® (FSC®)/Programm zur Anerkennung von Waldzertifizierungssystemen (PEFC) Zertifizierung für alle Papier-, Pappe-, Karton-, und Holzverpackungen von Eigenmarkenprodukten auf Primär- und Sekundärverpackungsebene bis 2023, Basisjahr 2018

Ziel: 300 t Kunststoffreduzierung bei Eigenmarkenprodukten konventioneller Kunststoffverpackungen bis 2023, verglichen mit dem Ausgangswert 1. Oktober 2018

Politik für Einwegplastik in
Bezug auf Eigenmarken

Bis 2025 werden wir unsere Kunden dabei unterstützen, in Zukunft ohne konventionelle Einwegkunststoffe auszukommen und die Ressourceneffizienz zu steigern, indem wir

- wiederverwendbare, wiederverwertbare und kompostierbare Alternativen anbieten
- unsere Kunden in der Umstellungsphase unterstützen und
- uns für die Bewegung hin zu einer Kreislaufwirtschaft bei Kunststoff stark mache

Ellen MacArthur New Plastics
Economy Global
Verpflichtung

Offenlegung von Daten im Fortschrittsbericht der Ellen MacArthur Global Verpflichtung

Klimaschutz

Verpflichtung/Richtlinie/ Position	Ziel
Umweltleitlinie	./.
Wissenschaftlich fundiertes Klimaschutzziel	Reduzierung der CO ₂ -Emissionen von Scope 1 und Scope 2 um 60 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Belieferungsfläche bis 2030 im Vergleich zu 2011. Und Reduzierung der absoluten Scope-3-CO ₂ -Emissionen (Lieferkette) um 15% bis 2030 im Vergleich zu 2018.
EV100 Initiative Verpflichtung	Ausbau der Ladeinfrastruktur, einschließlich der Parkplätze der lokalen METRO-Märkte auf 1.000 Ladepunkte bis 2030. Förderung der Elektromobilität in der METRO-eigenen Fahrzeugflotte, um nahezu 100 % Verfügbarkeit von Elektro- oder hochwertigen Hybridfahrzeugen bis 2030 zu erreichen.

Sehen Sie alle [Kennzahlen zu Klimaschutz](#) ► [Seite 32](#)

Vielfalt und Inklusion

Verpflichtung/Richtlinie/ Position	Ziel
Verpflichtung für Chancengleichheit am Arbeitsplatz für Männer und Frauen	Bis September 2025 sollen 25 % der Beschäftigten in der 1. Führungsebene unterhalb des Vorstands und 40 % der Beschäftigten in der 2. Führungsebene unterhalb des Vorstands der METRO AG Frauen sein. Bis September 2025 sollen weltweit 30 % der Führungspositionen auf den Ebenen 1-3 (einschließlich der Marktleiter) der Standorte des METRO-Großhandels mit Frauen besetzt werden.

Sehen Sie alle [Kennzahlen zu Vielfalt und Inklusion](#) ► [Seite 41](#)