

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 des Unternehmens sowie Kennzahlen zu unseren strategischen Nachhaltigkeitsfokusthemen: Bioprodukte und nachhaltige Produkte, Klimaschutz, Menschenrechte sowie Vielfalt und Inklusion. Zusätzlich berichten wir zu unseren Investitionen in das Gemeinwesen.

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 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. 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. 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 umfasst 87 % aller Mitarbeiter der METRO. Die berichteten Werte umfassen alle METRO Großhandelsgesellschaften sowie die METRO AG.

Alle Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung sind durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft.

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 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. €		2019/20	2020/21	Veränderung in %
Finanzkennzahlen für fortgeführte Aktivitäten				
Umsatzentwicklung flächenbereinigt	%	-3,9	-0,4	-
Umsatzentwicklung in Lokalwährung	%	-4,0	0,0	-
Umsatz (netto)		25.632	24.765	-3,4
EBITDA bereinigt		1.158	1.171	1,1
Transformationskosten		47	65	39,3
Ergebnisbeiträge aus Immobilientransaktionen		3	60	-
EBITDA		1.113	1.166	4,7
EBIT		257	197	-23,5
Ergebnis vor Steuern		-32	40	-
Periodenergebnis ¹		-146	-56	61,8
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert)	€	-0,40	-0,15	61,8
Dividende je Stammaktie ²		0,70	0,00	-100,0
Dividende je Vorzugsaktie ²		0,70	0,00	-100,0
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit		646	1.237	91,5
Investitionen		627	764	21,8
Nettoverschuldung		3.771	3.466	-8,1
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		97.639	95.141	-2,6

¹ Entfallend auf METRO Anteilseigner.² Die Dividende je Aktie bezieht sich auf die fortgeführten sowie auf die nicht fortgeführten Aktivitäten.

Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und -rankings

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala	Veröffentlichungs- zeitpunkt
Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World/Europe	77 Index-Mitglied	0 to 100	11/2021
ISS ESG Corporate Rating	C+ Prime Status	D- to A+	04/2020
CDP Climate Change	A-	F to A	12/2021
CDP Water Security	B	F to A	12/2021
CDP Forest	B (Palmöl), B- (Soja, Papier), C (Fleisch)	F to A	12/2021
FTSE4Good Global/Europe Index	Index-Mitglied	-	07/2021
MSCI	AA	CCC to AAA	08/2021
Sustainalytics	Niedriges Risiko (19.3) 35 von 186 in der Food Retailer Industrie	0 - 40+	04/2021
GEI Bloomberg	Index-Mitglied	-	01/2021

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

Im Geschäftsjahr 2020/21 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.

Bio- und nachhaltige Produkte

Gesunde und nährstoffreiche Produkte

Anzahl Produkte ¹	2020/21 ²
Weniger Zucker/Salz/gesättigte Fettsäuren/frei von Zusatzstoffen	603
Bioprodukte	430
Produkte mit alternativen Proteinquellen	14

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.

² Die Berechnungsmethodik und die Ziel-Kennzahlen haben sich im Berichtsjahr 2020/21 geändert, was einen Vergleich mit früheren Daten nicht möglich macht. Daher werden nur die Daten für 2020/21 ausgewiesen. Im Vergleich zu den Vorjahren liegt die Reduktionsschwelle für Zucker und gesättigte Fettsäuren nun bei >0,5 g/100 g und für Salz bei ≥1 g/100 g. Außerdem wurden Bioprodukte und Produkte mit alternativen Proteinquellen als neue Kennzahlen eingeführt. Weitere Umstellungen fanden bereits vor 2018 statt, wie z. B. 89 SKUs aus der Landesgesellschaft Bulgarien, die hier jedoch aus Reportinggründen in Bezug auf das Basisjahr 2018 nicht hinzugezählt werden.

Erläuterung: Die hier gezeigten Zahlen beziehen sich auf das Basisjahr 2018 und ausschließlich Eigenmarkenprodukte. Sie umfassen auch Erweiterungen der Produktpalette und nicht notwendigerweise nur eine Reformulierung der bestehenden Produkte.

Reformulierung bedeutet hier eine Reduzierung des Zucker-/Salz-/gesättigte Fettsäuregehalts um mindestens 0,1 g pro 100 g bei Produkten mit einem Mindestgehalt von 0,5 g Zucker/gesättigte Fettsäuren pro 100 g oder 1 g Salz pro 100 g.

Bioprodukte im Sinne dieser Angabe beziehen sich auf Produkte aus biologischer Landwirtschaft, die die Anforderungen der EU-Verordnungen (EU 834/2007, EU 889/2008 und EU 271/2010) und anderer anwendbarer nationaler Bio-Verordnungen von Nicht-EU-Ländern erfüllen.

Produkte mit alternativen Proteinquellen im Sinne dieser Angabe beziehen sich auf Alternativen zu tierischen Proteinen (Fleisch, Milch, Fisch, Eier und deren Derivate), die mit Hilfe neuartiger oder neuer Technologien und Inhaltsstoffe hergestellt werden, darunter: Pflanzenextrakte, z. B. Erbsenproteine, Zellkulturen (synthetische) Proteine, z. B. im Labor gezüchtetes Fleisch.

Neues Ziel 2023: METRO-weites Angebot von 1.500 Eigenmarkenprodukten (davon 150 aus zentralen Einkaufsgesellschaften und 1.350 aus lokalem Einkauf) mit weniger Zucker, Salz und gesättigten Fettsäuren, ganz oder teilweise frei von Zusatzstoffen und Bio-zertifizierten Produkte und/oder Produkte mit alternativen Proteinquellen bis Ende Dezember 2023.

Lebensmittelverschwendung

Ziel zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen 2025

Die Reduzierung von Lebensmittelverlusten ist eines der drei Hauptthemen unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Lebensmittelabfälle haben nicht nur erhebliche wirtschaftliche, ökologische und soziale Auswirkungen, sondern auch Einfluss auf unser operatives Geschäft. Schätzungen zufolge wird ein Drittel der Lebensmittel vom Erzeuger bis zum Verbraucher verschwendet¹, während Lebensmittelabfälle für 8 % der weltweiten Treibhausgasemissionen² verantwortlich sind. Nach Angaben der UN hungern 957 Millionen Menschen auf der Welt.³ METRO hat sich daher im Rahmen der Resolution zur Lebensmittelverschwendung des Consumer Goods Forum (CGF) das Ziel gesetzt, bis 2025 die im eigenen Geschäftsbetrieb anfallenden Lebensmittelverluste um 50 % zu reduzieren. Das Geschäftsjahr 2017/18 dient als Basis für dieses Ziel. Wir nutzen das Food Loss and Waste Protocol, um die Lebensmittelverschwendung im eigenen Geschäftsbetrieb zu messen und über die Fortschritte der Reduzierung von Lebensmittelabfällen zu berichten. Wir gehen das Problem der Lebensmittelverschwendung ganzheitlich an, mit einer 5-Säulen-Strategie vom Erzeuger bis zum Verbraucher: (1) Einbindung von Lieferanten, (2) Berichterstattung über Lebensmittelabfälle, (3) (technologische) Lösungen für Lebensmittelabfälle, (4) Einbindung von Kunden und Partnern und (5) Einbindung von Interessensgruppen und der Industrie.

In 22 Ländern arbeiten wir mit Tafel-Organisationen zusammen, um nicht verkaufte Lebensmittel an Bedürftige weiterzugeben. In 10 Ländern kooperieren wir zu dem Zweck auch mit TooGoodToGo.

Weitere Informationen zu unserem Kampf gegen Lebensmittelverschwendung finden Sie auf unserer [Website](#), ebenso wie [relevante Kennzahlen](#) hier.

Klimaschutz

Treibhausgasemissionen in t CO₂ (CO₂-Äquivalente)

in t CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente)	Basisjahr 2011	2018/19	2019/20	2020/21
Scope 1 – direkte Treibhausgasemissionen	494.798	464.532	453.269	435.830
Scope 2 – indirekte Treibhausgasemissionen	931.168	732.162	692.034	652.791
Scope 3 – sonstige indirekte Treibhausgasemissionen	3.669.074	2.714.477	1.380.826	2.795.970
Treibhausgasemissionen gesamt	5.095.039	3.911.171	2.526.129	3.884.591

1 Quelle: WRI

2 Quelle: FAO

3 Quelle: UN

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

Berücksichtigt sind folgende Emissionsquellen:

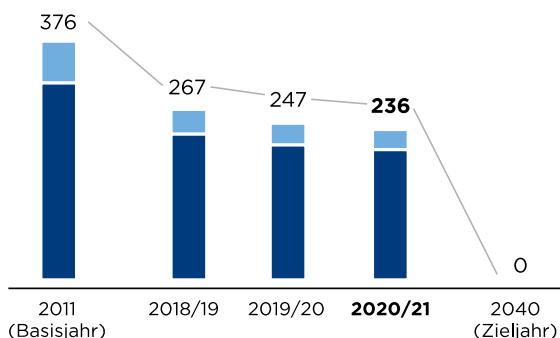
- Scope 1 = Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte, Kältemittelverluste aus Klimatisierung, Kraftstoffverbrauch Dienstwagen und eigene Logistikflotte sowie Notstromaggregate
- Scope 2 = Stromverbrauch, Fernwärme/-kälte
- Scope 3 = externe Logistik 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

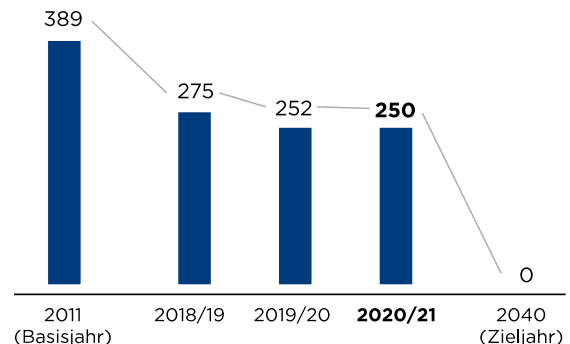


■ Scope 1+2

■ 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 Kältemittelemissionen 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 34,1 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Belieferungsfläche reduziert werden.

Erläuterung: Unser Ziel ist es, bis 2040 durch hauptsächlich eigene Initiativen klimaneutral zu werden. Die spezifischen Treibhausgasemissionen beliefen sich im Basisjahr 2011 auf 376 kg CO₂-Äquivalente pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche.

Der 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, und Investitionen in erneuerbare Energien
- 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.

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	2020/21	Veränderung in %
Papierverbrauch	14	4	-73
Dienstwagen	12	8	-30
Dienstreisen	6	0	-98
Stromverbrauch	244	149	-39
Wärmeenergieverbrauch	33	28	-16
Kältemittelverluste	66	47	-30
Gesamt	376	236	-37

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

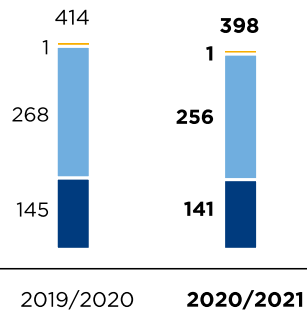
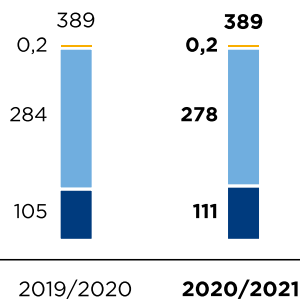
Energieverbrauch Kennzahlen



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

METRO

Deutschland



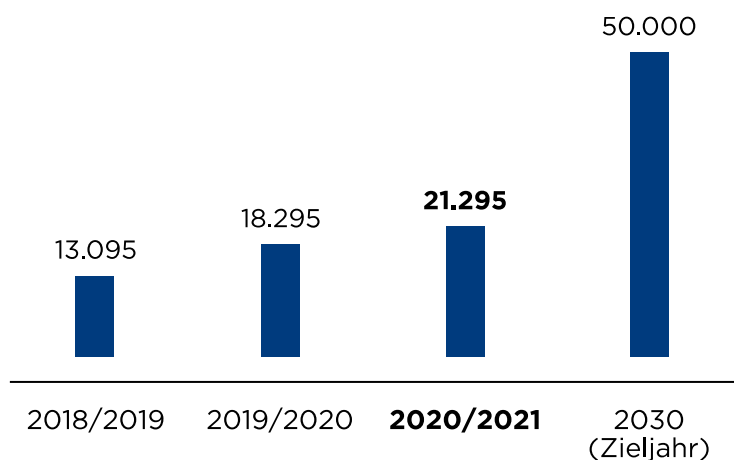
■ Wärme ■ Strom ■ Kälte

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 Geschäftsjahr 2020/21 haben wir den Stromverbrauch in unseren METRO Märkten um 7,8% ggü. dem Geschäftsjahr 2018/19 reduziert und damit unser Ziel von 5,4 % übertroffen. 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.

Installierte kW Peak

Kapazität für Photovoltaikanlagen



Definition: METRO hat 2008 damit begonnen, Photovoltaikanlagen (PV) auf den Dächern der Großmärkte zu installieren. Die Leistung der PV-Anlagen wird in Kilowattpeak (kWp) angegeben. Dies gibt an, wie viel Energie unter Standard-Testbedingungen erzeugt wird. Die kumulierte Installation von Photovoltaikanlagen auf Großmärkten wird in kWp angegeben. Dabei ist unerheblich, ob die Großmärkte oder die Photovoltaikanlagen Eigentum von METRO sind. Solange METRO die Solarenergie aus den PV-Anlagen für den Geschäftsbetrieb nutzt und sich die PV-Anlagen auf METRO-Dächern befinden, werden diese berichtet. Bislang hat METRO 56 PV-Anlagen in 11 Ländern mit einer installierten Leistung von 21.295 kWp installiert.

14 neue Anlagen mit einer Gesamtleistung von rund 3.000 kWp wurden im Berichtsjahr in Frankreich, Indien, Italien, Pakistan, Ungarn und Spanien installiert.

Ziel: Bis 2030 will METRO eine Kapazität von 50.000 kWp erreichen.

Gesamtenergieverbrauch (in MWh)

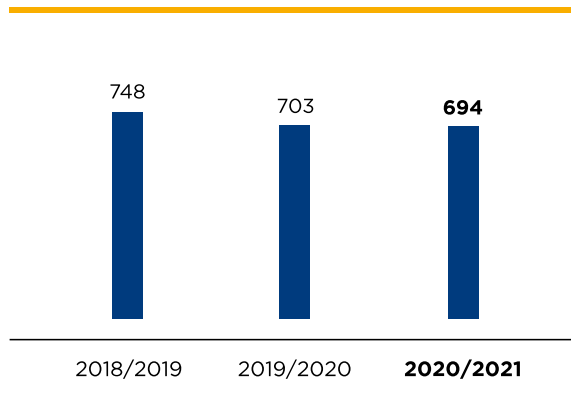
in MWh	2018/19	2019/20	2020/21
Brennstoffe (Heizöl, Gas, Benzin, Diesel, LPG, LNG)	523.762	499.428	526.947
Strom	1.610.400	1.523.866	1.488.084
davon Graustrom	1.533.970	1.445.795	1.382.171
davon Grünstrom (HKN zertifiziert)	68.383	64.105	87.915
davon selbstproduzierte Solarenergie	8.047	13.966	17.998
Fernwärme	70.648	64.207	64.622
Fernkälte	3.692	1.299	1.299
Gesamt Energieverbrauch	2.208.502	2.088.800	2.080.952

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

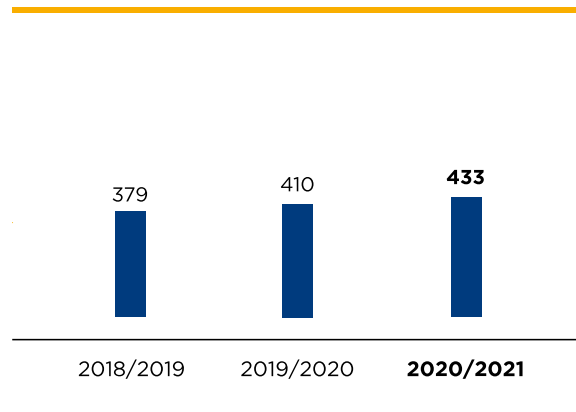
Grünstrom umfasst Herkunftsnachweise (HKNs) sowie Ökostromverträge mit HKNs und Strombezugsvereinbarungen (Englisch: Power Purchase Agreements/ PPAs) mit HKNs. METRO kauft HKNs in Kombination mit Ökostromverträgen in Ländern wie Italien, Portugal oder Österreich. Zusätzlich haben wir in Frankreich in 2021 und in Indien bereits in 2014 PPAs mit externen Solar- und Windparks abgeschlossen. METRO nutzt die Solarenergie aus den PV-Anlagen für seinen eigenen Marktbetrieb; die PV-Anlagen sind auf den Dächern der METRO-Märkte installiert, die Energie dieser PV-Anlagen wird unter selbstproduzierte Solarenergie ausgewiesen.

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

METRO



Deutschland



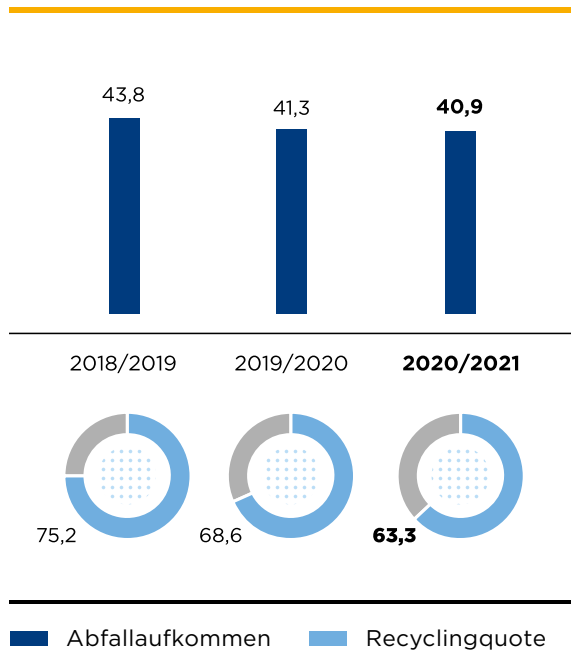
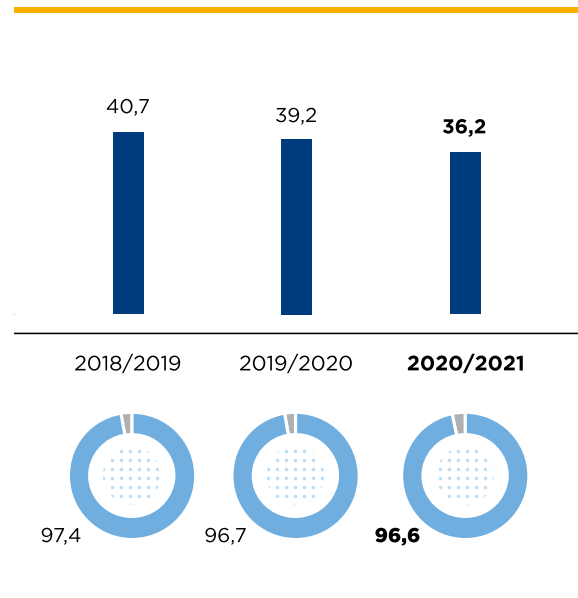
Definition: Wasserentnahme der Standorte bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche.

Erläuterung: Absolut bezog METRO im Berichtszeitraum 3,7 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. 2021 konnten wir den Eigenverbrauch in unseren Märkten von METRO Wholesale ggü. dem Vorjahr um 2 % berechnet auf den Quadratmeter Net Operating Area reduzieren.

Abfall 12 ∞ 13 👁 15 📈**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 218.579 t gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Sie teilt sich auf in:

- Abfälle zur Kompostierung (9.246 t)
- Abfälle zur energetischen Verwertung (11.035 t)
- Abfälle zur Deponierung (43.273 t)
- Abfälle zum Recycling (118.169 t)
- Abfälle zur speziellen Behandlung, bspw. gefährliche Abfälle (11.338 t)
- Abfälle, bei denen die Entsorgungsart nicht bekannt (4.549 t)

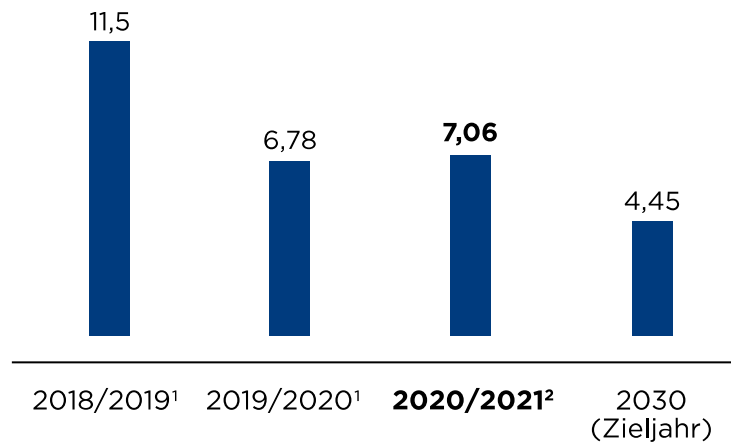
In der Berechnung der Recyclingquote berücksichtigen wir gefährliche Abfälle nicht, da wir deren Behandlung (Recycling oder Beseitigung) nicht über alle Länder hinweg systematisch erfassen können. Auf Basis von Erkenntnissen aus einigen Ländern wird ein Großteil des gefährlichen Abfalls jedoch ebenfalls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

Menschenrechte

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



Deutschland

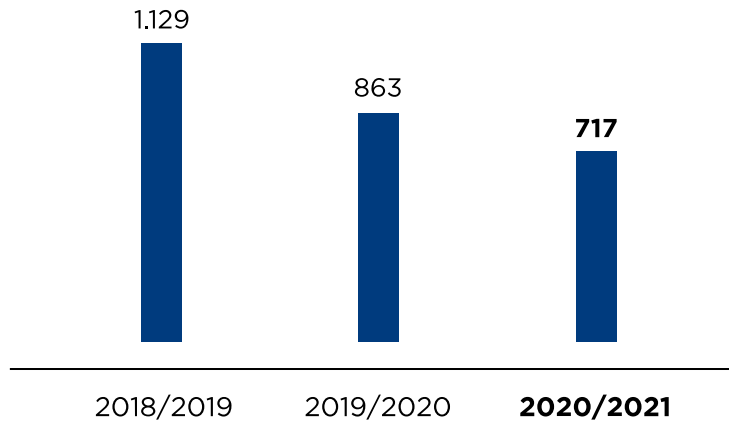


¹ Diese Kennzahl wurde nicht der betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 mit begrenzter Sicherheit durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft unterzogen. Außerdem ist die Zahl exklusive der Landesgesellschaft Japan.

² Die Landesgesellschaft Japan ist in der Berechnung dieser Kennzahl nicht inkludiert

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: Im Jahr 2020 haben wir mit der Umstellung unseres Betriebssicherheitssystems "Arbeitsschutzmanagementsysteme" nach den Grundsätzen der ISO 45001 begonnen. Im Geschäftsjahr 2020/21 haben wir ein konzernweites Operational Safety Management System (OSMS) für METRO eingerichtet. Zur Unterstützung der OSMS-Guideline wurde im April 2021 das OSMS-Manual veröffentlicht. Das OSMS-Manual hilft bei der Entwicklung und Umsetzung eines wirksamen OSMS. Es bietet praktische Instrumente für die Prozesse und Verfahren, die mit der Entwicklung, Implementierung und Reifung des OSMS verbunden sind, und informiert darüber, wie das OSMS zur Verbesserung der Sicherheit, Effizienz und Effektivität des Unternehmens eingesetzt werden kann. Darüber hinaus arbeiten wir weiter an einem transparenten konzernweiten Meldesystem, entwickeln unser Instrument für das Management von Vorfällen weiter, um es an die Bedürfnisse der METRO-Gesellschaften und unsere Standards für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz anzupassen (Spracheinstellung, zusätzliche Formulare, usw.).

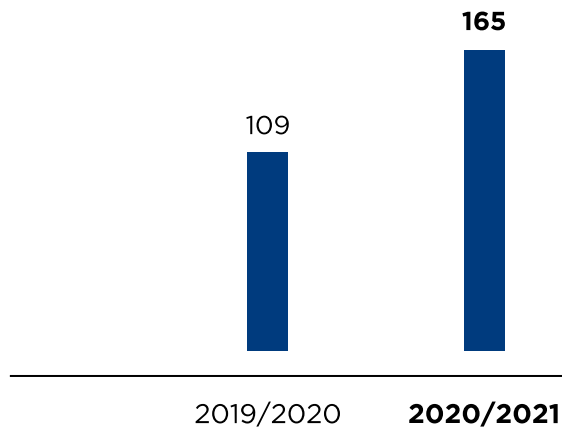
Produzenten in Risikoländern**Risikobehaftete Non-Food Produzenten****Risikobehaftete Non-Food Produzenten¹ (Anzahl)**

¹ Erfasst sind hierbei Produzenten für Handelsware (Non-Food-Eigenmarken sowie -Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt durchführen. Risikobehaftete Produzenten für Non-Food werden anhand der folgenden Kriterien (und/oder) bewertet:

I. Inhärentes Risiko - Produzenten mit Sitz in einem Risikoland nach amfori BSCI

II. Faktenbasiertes Risiko - Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, Historie schlechter Auditergebnisse, lokale Gewerkschaftsberichte, NGO-Berichte)

Risikobehaftete Food/Near-Food Produzenten

Risikobehaftete Food/Near-Food Produzenten¹ (Anzahl)

¹ Risikobehaftete Produzenten für **Near-Food** werden anhand der folgenden Kriterien (und/oder) bewertet:

I. Inhärentes Risiko - Produzenten mit Sitz in einem Risikoland nach amfori BSCI

II. Faktenbasiertes Risiko - Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, Historie schlechter Auditergebnisse, lokale Gewerkschaftsberichte, NGO-Berichte)

Risikobehaftete Produzenten für **Food** werden nachfolgenden Kriterien (und/oder) betrachtet:

I. Inhärentes Risiko

a. Produzenten mit Sitz in einem Risikoland

b. Produzenten, die Produkte aus den folgenden Warengruppen und/oder in einem bestimmten Sektor/Industriezweig produzieren unabhängig vom Risikostatus des Produktionslandes:

1. Fisch und Meeresfrüchte (Fischerei- und Aquakulturbetriebe, sofern das Boot über 24 Meter Länge hat und mehr als 72 Stunden in Folge auf See ist bzw. der Aquakulturbetrieb in einem Risikoland liegt.)

2. Fleisch (Schlachthöfe und Verarbeitungsbetriebe)

3. Obst und Gemüse (Farmebene, wenn hier typischerweise Leih-/Saisonarbeiter mit Migrationshintergrund / Gastarbeiter / Arbeitsmigranten arbeiten)

4. Kaffee (Farmebene) alle Herkunftsländer

5. Kakao (Farmebene) alle Herkunftsländer

6. Soja (Tier 1) (Farmebene) alle Herkunftsländer aus Regenwald-Entwaldungsgebieten

7. Palmöl (Tier 1) (Farmebene) alle Herkunftsländer aus Regenwald-Entwaldungsgebieten

Es müssen alle Prozessschritte (ultra)-frisch, verarbeitet, konserviert und gefroren berücksichtigt werden. Dies betrifft Produkte, bei denen der Rohstoff Hauptzutat ist (erste oder zweite Erwähnung in der Zutatenliste).

Zusätzlich werden Produzenten geprüft, die Produkte herstellen mit:

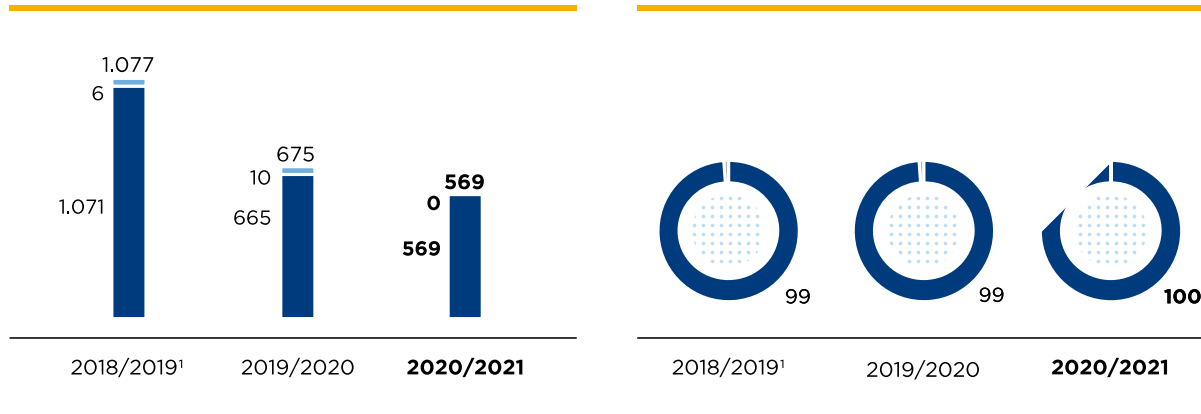
8. Palmöl als Zutat

9. Soja als Tierfutter

c. Governance & Organisationsstrukturen: Belegschaft hauptsächlich Frauen oder Migranten oder Saison-/Zeitarbeiter oder Arbeiter ohne feste oder reguläre Verträge

II. Faktenbasiertes Risiko - Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, schlechte Audit-Ergebnisse in der Vergangenheit, lokale Gewerkschaftsberichte, NGO-Berichte)

Sozialaudits


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

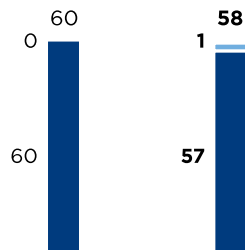
Definition: Status aller risikobehafteten Produzenten, in denen METRO SOURCING INTERNATIONAL Importware herstellen lässt, und von risikobehafteten Non-Food-Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte herstellen. Bezüglich der Definition von "risikobehaftet" siehe Fußnote 1 des KPI Risikobehaftete Non-Food-Produzenten. 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 2021 waren 569 Produzenten auditiert. Davon haben 100 % (569 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 nach Wiederaufnahme von Audits im September 2021 gewährt, um ein Follow-up-Auditergebnis A-C nachzuweisen. Im Berichtszeitraum wurde keine Anwendung von der Ausnahmeregelung gemacht.

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

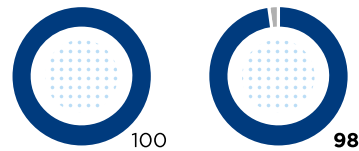
Sozialaudits, bezogen auf Eigenimporte durch METRO SOURCING und Food/Near-Food-Eigenmarken der Vertriebslinien von METRO

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



2019/2020 2020/2021

davon mit bestandenem Audit (in %)



2019/2020 2020/2021

■ davon mit bestandenem Audit ■ davon mit nicht bestandenem Audit

Definition: Status aller risikobehafteten Produzenten, in denen METRO FOOD SOURCING Importware produzieren lässt, und von risikobehafteten Food/Near-Food-Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte produzieren. Bezüglich der Definition von "risikobehaftet" siehe Fußnote 1 des KPI Risikobehaftete Food/Near-Food-Produzenten. Produzenten mit bestandenem Audit können die erfolgreiche Umsetzung des amfori BSCI- oder eines äquivalenten Sozialstandardsystems durch das Zertifikat unabhängiger Dritter nachweisen.

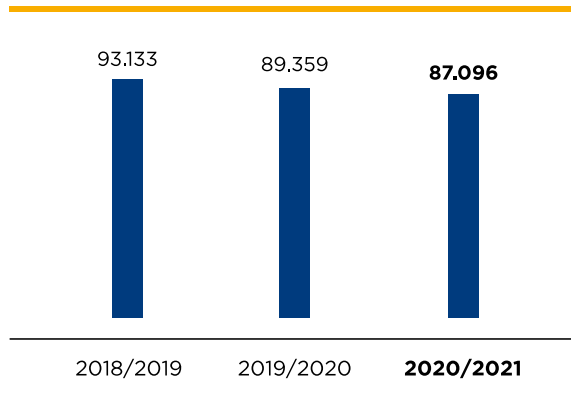
Erläuterung: Die Einführung des Prozesses für Food/Near-Food-Produzenten startete Ende 2019. Zum 30. September 2021 waren 58 Produzenten auditiert. Davon haben 98 % (57 Produzenten) das Audit bestanden. Um eine schrittweise Eingliederung unserer Produzenten in ein Sozialstandard-System wie amfori BSCI 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.

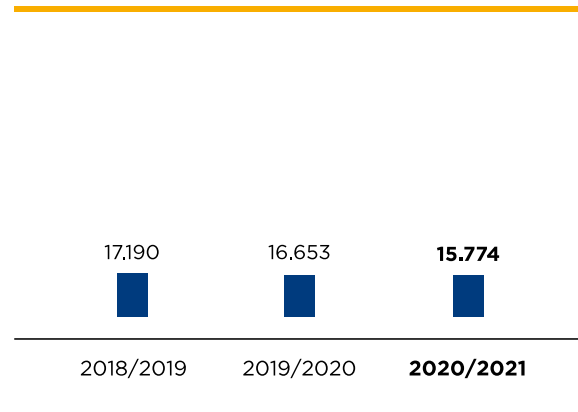
Vielfalt und Inklusion

Mitarbeiter   

METRO



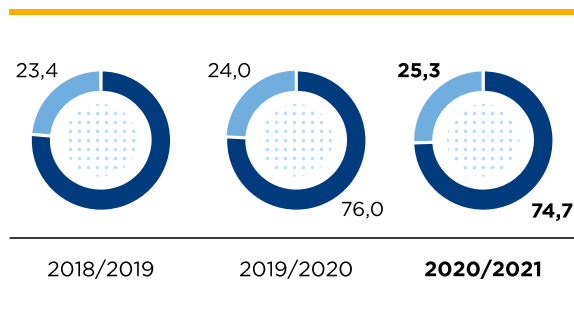
Deutschland



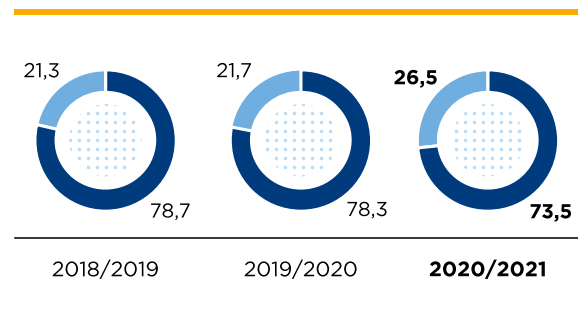
Definition: Angestellte auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Frauen in MINT-Positionen (in %)

METRO



Deutschland



■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

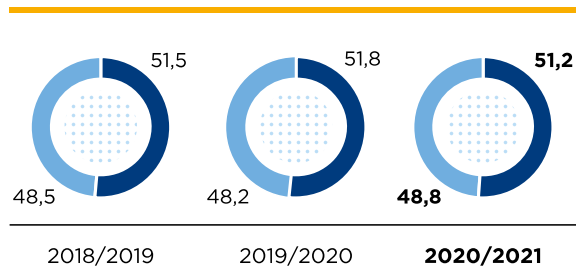
Definition: Alle Mitarbeiter in funktionellen Rollen in den Ingenieurs- und/oder F&E-Abteilungen des Unternehmens zum Geschäftsjahresende. Ausgenommen sind Auftragnehmer und vertragliche Mitarbeiter.

Repräsentativ für mindestens 80 % der Gesamtbelegschaft.

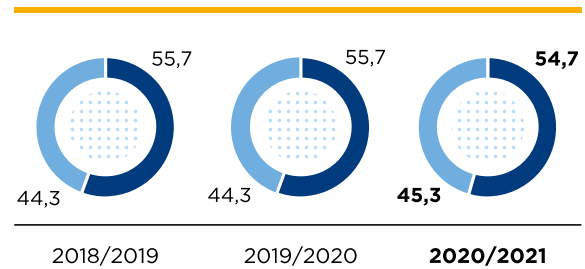
Zu den Ingenieurs- oder F&E-Funktionen gehören unter anderem Ingenieure, Softwareentwickler, Ingenieure für Softwarequalität, Infrastrukturingenieure, Systemingenieure und Hardwareingenieure.

Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland

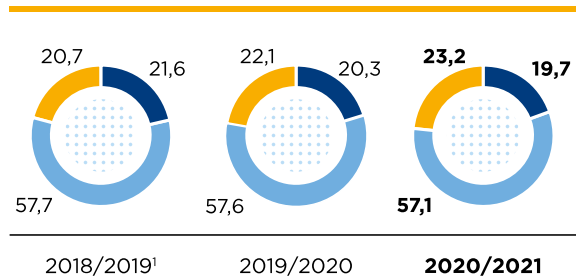


■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

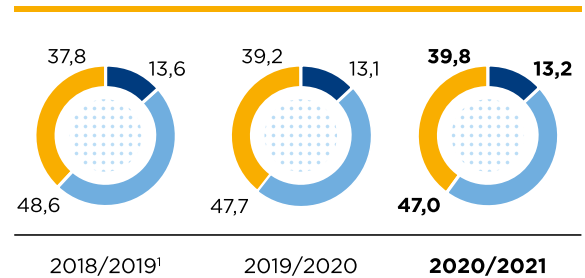
Definition: Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter nach Köpfen zum 30. September.

Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

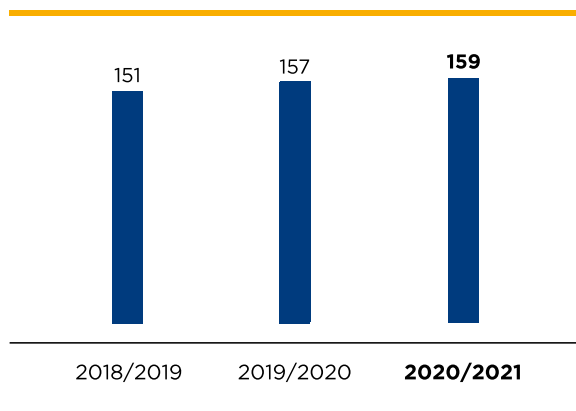


■ < 30 Jahre ■ 30–50 Jahre ■ > 50 Jahre

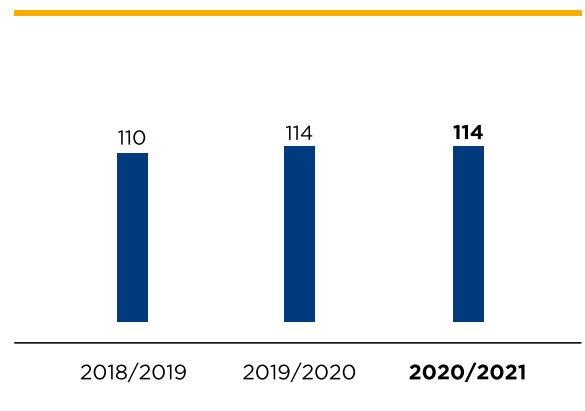
Definition: Verteilung der Angestellten auf Altersgruppen ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Anzahl Nationalitäten

METRO



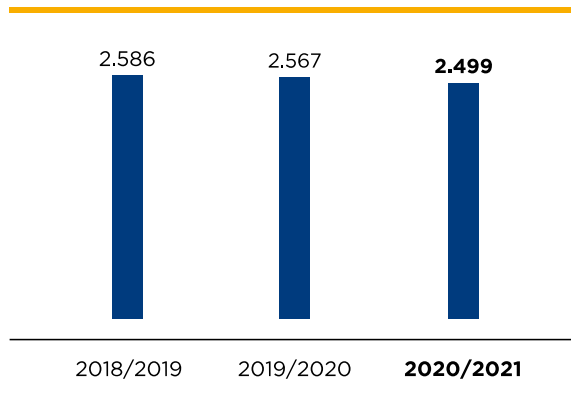
Deutschland



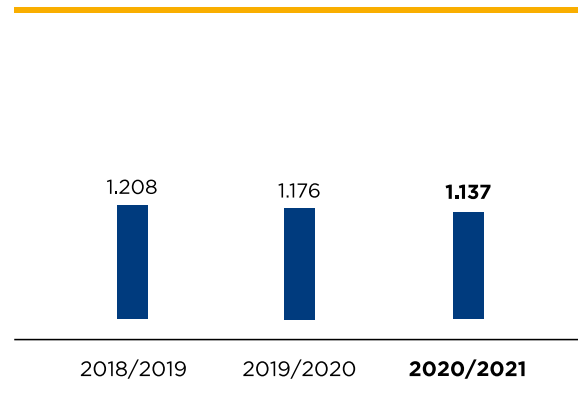
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte

METRO



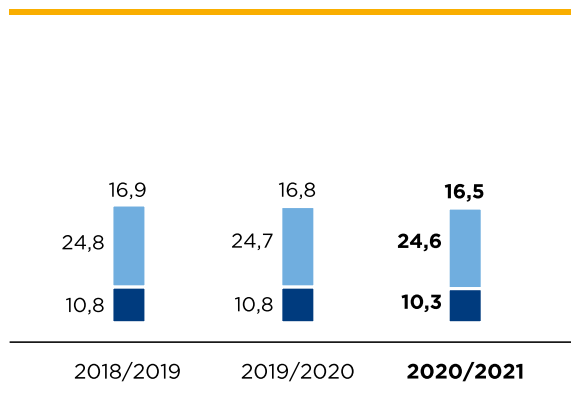
Deutschland



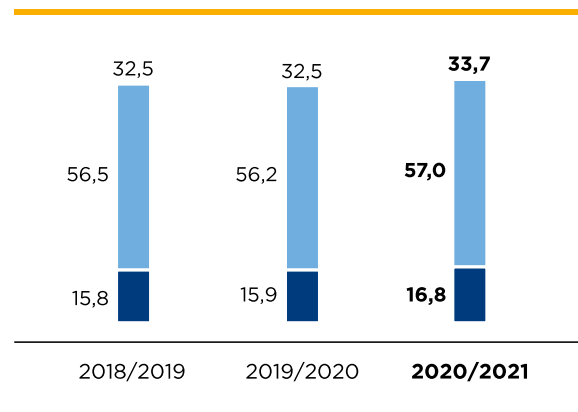
Definition: Alle Mitarbeiter, die gemäß Definition des jeweiligen Landes als schwerbehindert gelten, bzw. ihnen Gleichgestellte.

Teilzeitquote nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



■ Teilzeitquote Männer (in % aller Männer)

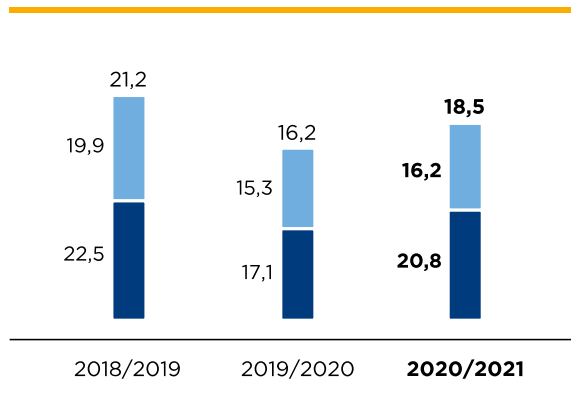
■ Teilzeitquote Frauen (in % aller Frauen)

Teilzeitquote (in % aller Angestellten)

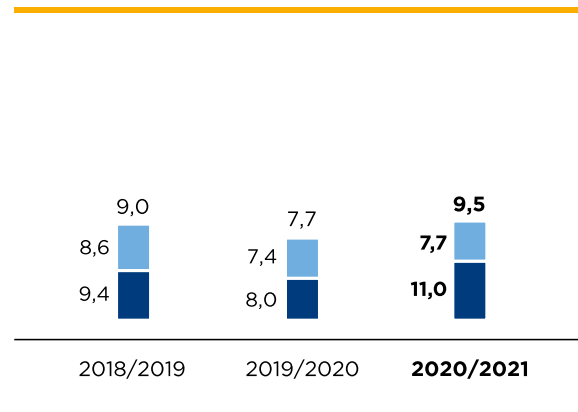
Definition: Quote der in Teilzeit beschäftigten Angestellten im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Fluktuation nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



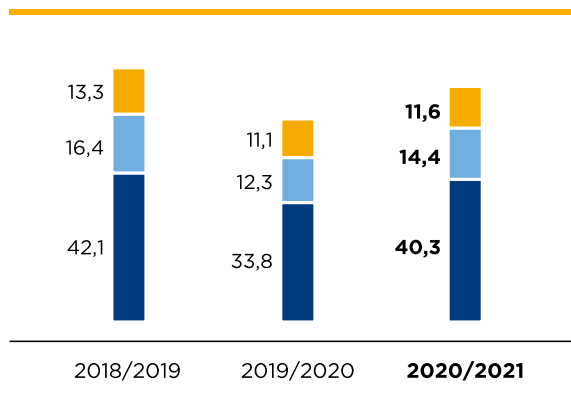
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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.

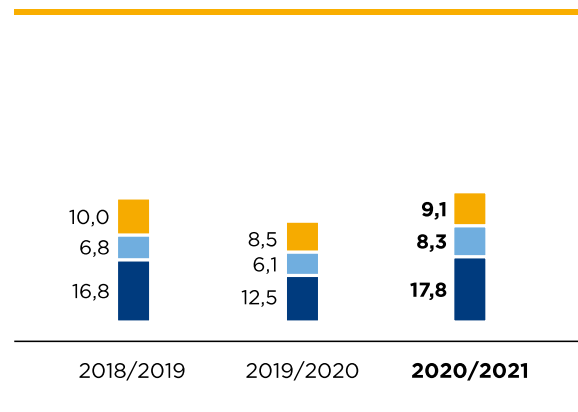
Erläuterung: Die Fluktuationsrate ist bei METRO hoch. Dies lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass die Fluktuation in einigen Ländern in Asien und Osteuropa, in denen METRO aktiv ist, generell hoch ist.

Fluktuation nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

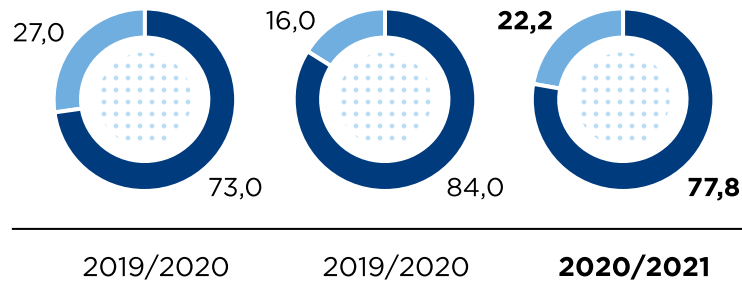


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

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



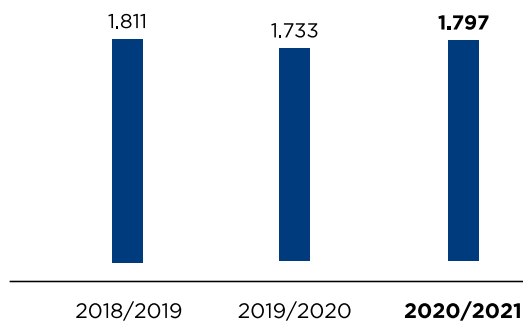
■ Anteil über Arbeitsnehmervertreter abgedeckter Mitarbeiter (%)

■ Anteil nicht abgedeckter Mitarbeiter (%)

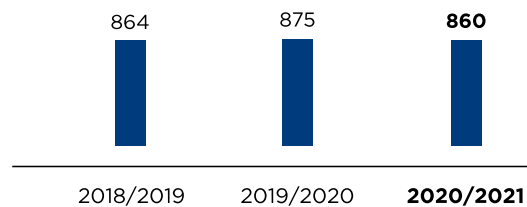
Definition: Anteil der Mitarbeiter, die durch Betriebsräte, Arbeitnehmervertreter, eine unabhängige Gewerkschaft vertreten werden oder deren Interessen über Tarifverträge abgedeckt sind.

Anzahl Auszubildende, Praktikanten und Studenten

METRO



Deutschland

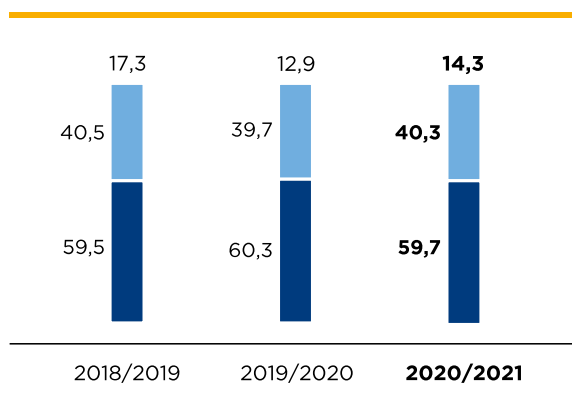


Definition: Alle Auszubildenden inklusive Praktikanten und Studenten.

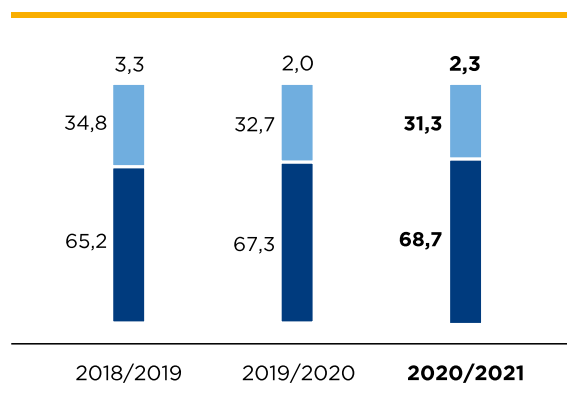
Neue Mitarbeiter

Neue Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



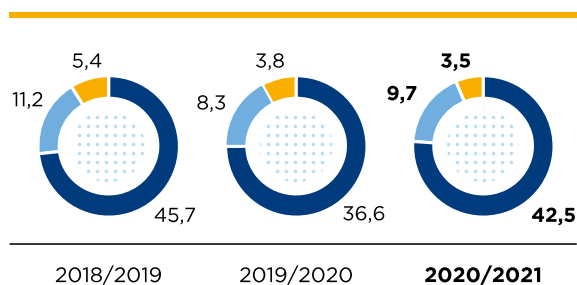
■ Anteil Männer
■ Anteil Frauen

Anteil neue Mitarbeiter an gesamten Mitarbeitern

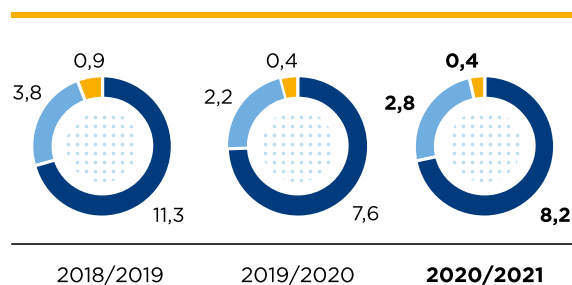
Definition: Unter Neue Mitarbeiter sind alle Eintritte und Wiedereintritte von Mitarbeitern zusammengefasst. Die Kennzahl bezieht die Zahl der Eintritte auf den durchschnittlichen Personalbestand. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

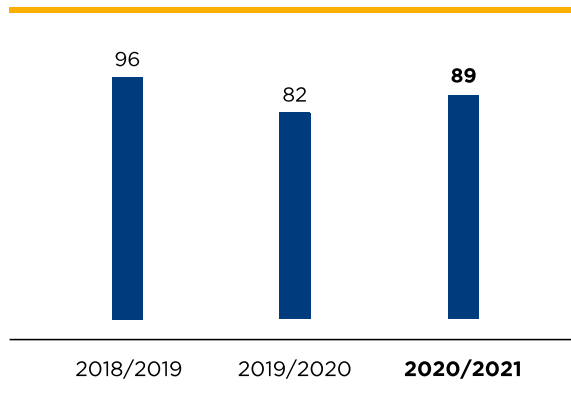


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

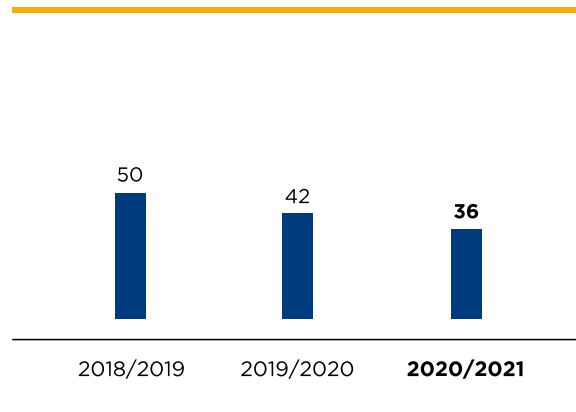
Definition: Verteilung der neu eingetretenen Mitarbeiter auf Altersgruppen im Jahresdurchschnitt. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland



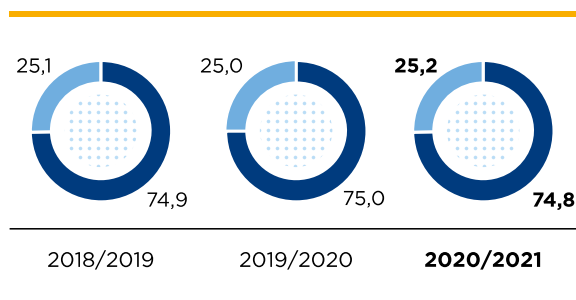
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Führungskräfte

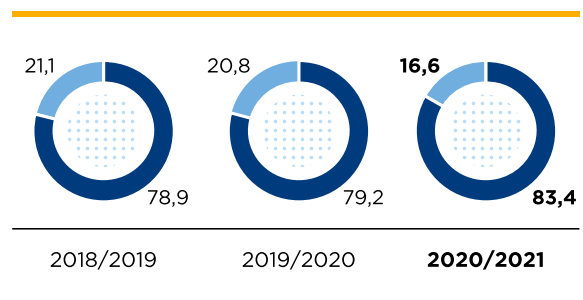
5 ♀ 8 ♂ 10 €

Geschlechterverteilung in Führungspositionen (in %)

METRO



Deutschland



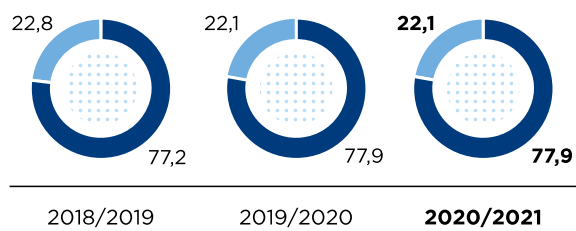
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

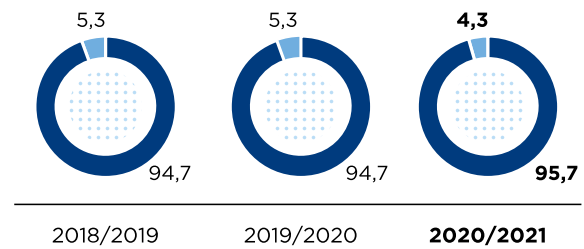
Ziele: Im Zuge der Überarbeitung der Strategie und durch die positive Entwicklung in Bezug auf die Zielerreichung, den Anteil von Frauen in Führungspositionen bei der METRO AG und im METRO Großhandel zu erhöhen, haben wir das vom Vorstand am 26. Juli 2017 festgelegte Zielerreichungsdatum der aktuellen Geschlechterziele auf den 30. September 2020 (ursprünglich: 30. Juni 2022) verkürzt und uns neue Ziele für September 2025 gesetzt. Bis September 2025 sollen bei der METRO AG in der 1. Führungsebene unterhalb des Vorstands 25 % Frauen beschäftigt sein und in der 2. Führungsebene unterhalb des Vorstands 40 %. Darüber hinaus haben wir uns erneut freiwillig eine Zielgröße für den Frauenanteil in Führungspositionen in unserem Großhandelsgeschäft gesetzt. Danach soll bis September 2025 der Anteil von Frauen in Führungspositionen der Ebenen 1 bis 3 (inkl. Marktleiter) weltweit 30 % betragen.

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management (in %)

METRO



Deutschland



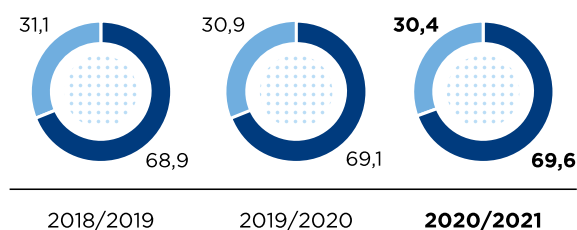
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

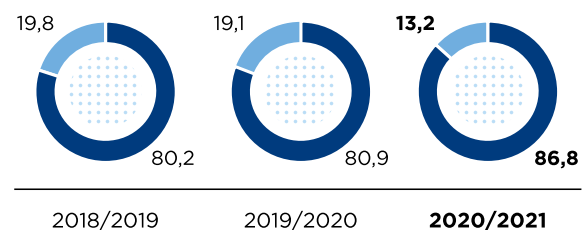
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Top Management Positionen, d.h. maximal zwei Ebenen unter dem CEO oder ähnliche Positionen (in % aller Top Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management (in %)

METRO



Deutschland



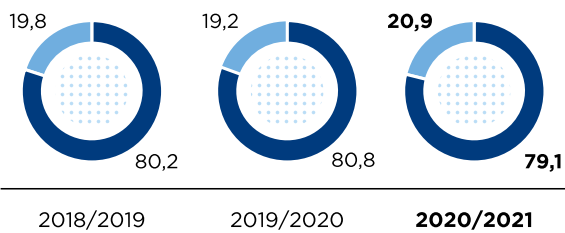
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

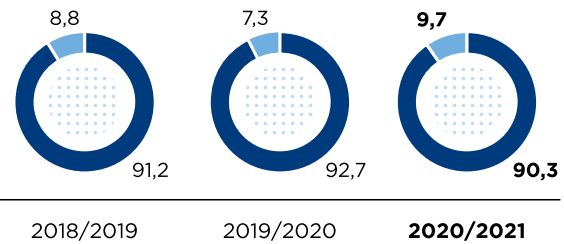
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Junior Management Positionen, z.B. erstes Management-Level (in % aller Junior Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen in Umsatz generierende Funktionen (in %)

METRO



Deutschland



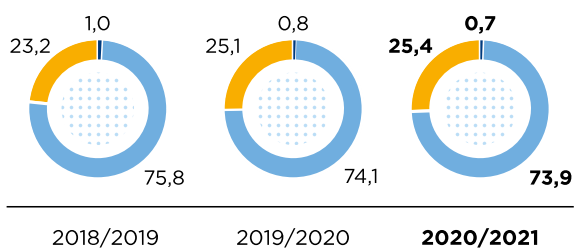
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

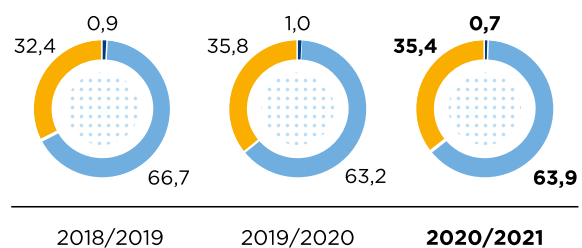
Diese Grafik zeigt i.W. den Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen in unseren Märkten und Belieferungsdepots in % aller solcher Führungskräfte in diesen Bereichen.

Führungskräfte nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

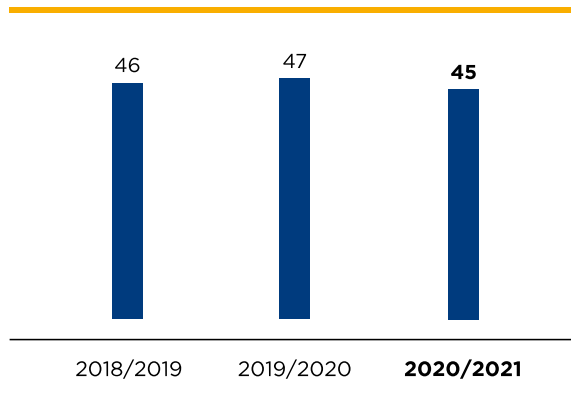


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

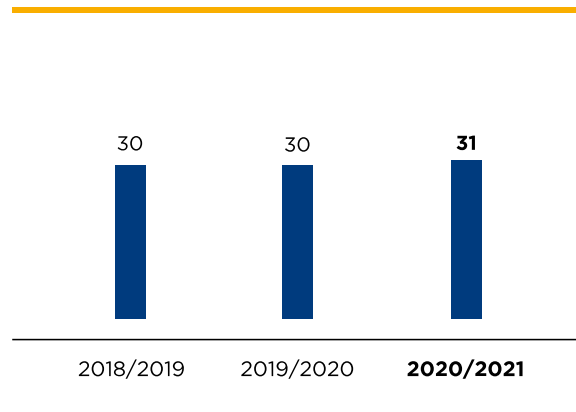
Definition: Verteilung der Führungskräfte auf Altersgruppen zum 30. September.

Anzahl Nationalitäten bei Führungskräften

METRO



Deutschland

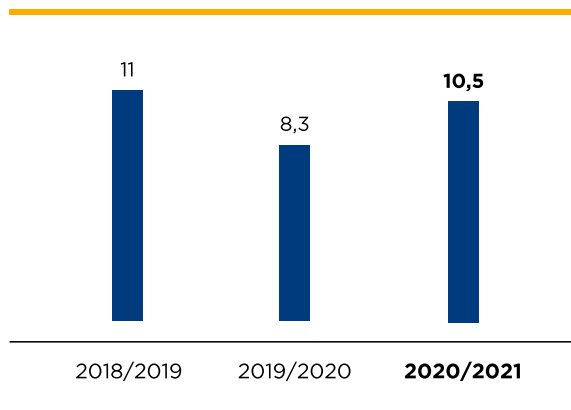
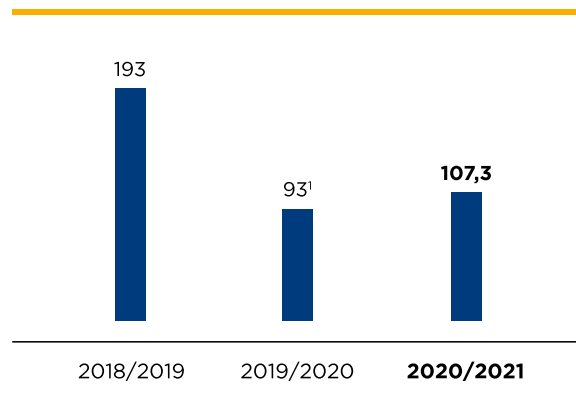


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Führungskräfte zum 30. September.

Weiterbildung und Engagement



Weiterbildung

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

¹ 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 87 % aller Mitarbeiter der METRO.²

In diesem Finanzjahr haben sowohl die Weiterbildungsaktivitäten als auch die Weiterbildungsausgaben im Vergleich zur vergangenen Periode zugenommen.

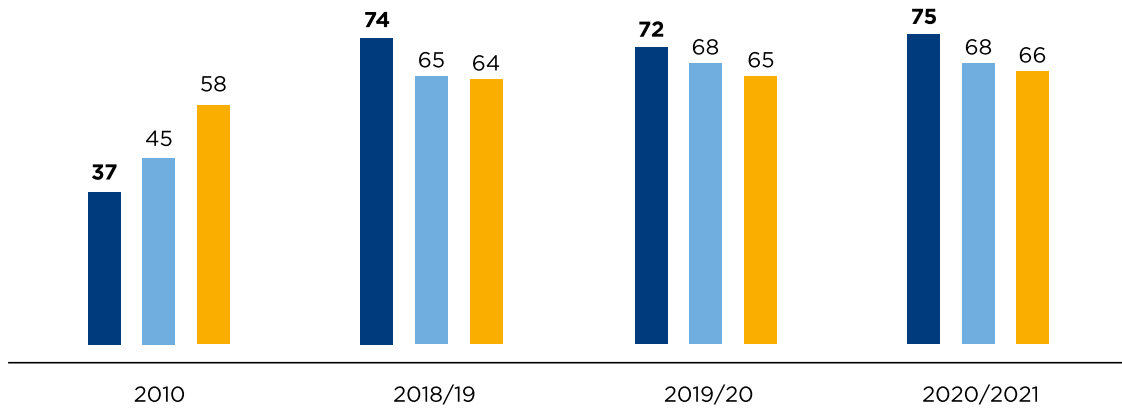
Sowohl die Aktivitäten im Bereich des digitalen Selbstlernens als auch die von Ausbildern geleiteten Kurse nahmen zu, auch wenn sie nach wie vor häufig digital durchgeführt werden.

² Die berichteten Werte umfassen alle METRO Großhandelsgesellschaften sowie die METRO AG.

Die Gründe hierfür liegen in geringeren Einschränkungen aufgrund der Covid-19-Pandemie sowie in der internationalen Einführung einer neuen Lernplattform, die jedem Mitarbeiter einen benutzerfreundlichen und ansprechenden Zugang zu Lernressourcen bietet.

Mitarbeiterengagement

METRO



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

Die Mitarbeiterumfrage läuft seit Start in 2019 vierteljährlich. Die Zahl für 2020/2021 ist aus August 2021.

Der globale Vergleich im Handel liegt bei 68 % in diesem Jahr und der weltweite Vergleich über alle Branchen bei 66 %.

Gesellschaftliches Engagement

Investitionen in das Gemeinwesen - METRO

in Tsd. €	2018/19	2019/20	2020/21
Spenden für wohltätige Zwecke	2.002	2.400	1.737
Gesellschaftliche Investitionen	2.361	3.735	5.152
Kommerzielle Initiativen	1.740	744	539
Gesamt	6.103	6.879	7.428

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. €	2018/19	2019/20	2020/21
Spenden für wohltätige Zwecke	142	38	410
Gesellschaftliche Investitionen	1.184	1.093	955
Kommerzielle Initiativen	628	221	134
Gesamt	1.954	1.352	1.499

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	Ziel
CGF Verpflichtung	METRO möchte die im eigenen Geschäftsbetrieb anfallenden Lebensmittelabfälle bis 2025 um 50 Prozent reduzieren. Dazu haben wir uns in einer Resolution des Consumer Goods Forum verpflichtet.
WRI 10x20x30 Verpflichtung: Champion 12.3 – 10x20x30 Initiative	METRO arbeitet mit dem WRI (World Resources Institute) zusammen und verpflichtet 20 seiner Lieferanten dazu, ihre Lebensmittelabfälle bis 2030 im Einklang mit SGD 12.3 zu halbieren.

Alternative Proteine

Verpflichtung/Richtlinie/ Position	Ziel
Position zu Alternativen Proteinen	Der METRO-Ansatz für alternative Proteine umfasst drei Bereiche: 1. Nachhaltige Beschaffung: Alternative Proteine müssen verantwortungsvoll beschafft werden, was die Einhaltung folgender etablierter Praktiken beinhaltet, die durch unsere bestehenden Richtlinien und Verpflichtungen zur nachhaltigen Beschaffung festgelegt sind. 2. Marketing und Bewusstseinsbildung bei unseren Kunden: Um das Bewusstsein unserer Lieferanten und unserer internen und externen Stakeholder zu schärfen, werden wir bewusste Proteine auf verantwortungsvolle Weise fördern. 3. Bewusstseinsbildung bei unseren Kunden: Wir werden unseren Kunden helfen, zu verstehen, was sie tun können, um Gerichte mit alternativen Proteinen im Kontext ihrer Region und Kultur herzustellen.

Bioprodukte und nachhaltige Produkte

Verpflichtung/Richtlinie/ Position

METRO Gesundheits- und Ernährungspolitik in Bezug auf Eigenmarken

Ziel

METRO hat sich zum Ziel gesetzt, seinen Kunden weltweit gesündere Eigenmarkenprodukte (gemeinsam bezogen und von Länderorganisationen bezogen) mit weniger Zucker, Salz und Fetten und/oder ganz oder teilweise frei von Zusatzstoffen und/oder mit Bio-Zertifikat und/oder alternativen Eiweißquellen anzubieten:

- bis Ende 2021 insgesamt 1.000 Eigenmarkenprodukte
- bis Ende 2022 insgesamt 1.250 Eigenmarkenprodukte
- bis Ende 2023 insgesamt 1.500 Eigenmarkenprodukte

Sehen Sie alle [Kennzahlen zu Bioprodukte und nachhaltige Produkte](#) ► [Seite 14](#)

Rohstoffbeschaffung

Verpflichtung/Richtlinie/ Position

Ansatz zur nachhaltigen Beschaffung von Agrarrohstoffen in Bezug auf Eigenmarken

Ziel

./.

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 % Sojabestandteil.

Z.B. Edamame-Bohnen, Miso-Suppe, Miso-Paste, Sojaöl, Sojanüsse, Sojasauce, Tofu und Soja in Tierfutter (Tier 2-Soja) müssen bis Ende 2025 mit einem Zertifizierungssystem zertifiziert werden, das keine Abholzung vorsieht:

1. Round Table for Responsible Soy (RTRS Credits oder RTRS Certified) oder
2. ProTerra-Zertifizierungssystem oder
3. Eines der anderen FEFAC-Benchmark-Zertifizierungssysteme für Soja

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

Umweltschutz:

- 100 % der Eigenmarkenprodukte, die aus Holz oder Holzfasern entsprechend dem Geltungsbereich hergestellt werden, stammen bis 2023 aus legalen und verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern.

Für die Beurteilung der Einhaltung gilt Folgendes::

- Produkte aus Frischfasern müssen nach einem der folgenden Forstzertifizierungssysteme von Dritten zertifiziert sein:
 - FSC® (Forest Stewardship Council®) oder
 - PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes)
- Produkte aus recyceltem Holz oder recycelten Fasern gelten im Sinne dieser Richtlinie als nachhaltig; akzeptable Zertifizierungen können das ISO 14024:2018 Typ I-Label oder ein lokales Ökolabel sein

Die Papier- und Holz-Richtlinie wurde im Nov. 2021 aktualisiert. In der vorherigen Version lautete unser Ziel 2020 oder 2023 für anspruchsvolle Märkte. Die meisten Märkte (mit Ausnahme von TR und KZ, die eine Quote von 100 % erreichten) konnten dieses Ziel jedoch nicht erreichen. Daher haben wir jetzt das Ziel auf 100 % für alle Länder bis 2023 geändert.

Die Zielvorgabe für die Einhaltung sozialer Standards wurde ebenfalls überprüft und auf das Jahr 2030 aktualisiert, um sie mit der übergreifenden Zielvorgabe der METRO AG in Übereinstimmung zu bringen.

Fleisch Einkaufspolitik in Bezug auf Eigenmarken

Die Fleischrichtlinie enthält keine eigenen Zielvorgaben, sondern stützt sich auf relevante Zielvorgaben aus bestehenden öffentlichen METRO Richtlinien, die mit der nachhaltigen Fleischbeschaffung zusammenhängen, z. B. die Soja- und Tierschutzrichtlinie.

Tierwohl-Politik in Bezug auf Eigenmarken

METRO strebt eine Verbesserung ihres Sortiments in Bezug auf höherer Tiergesundheits- und Tierschutzstandards an, indem es bis 2025 die folgenden Ziele erreicht:

- 100 % Transparenz der Tierherkunft (Land des Betriebs und 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, Kupieren des Schwanzes, Abschneiden von Zähnen, Schnabelkürzen und Flossenbeschneidung
- 100 % humane Betäubung der Tiere vor der Schlachtung
- Vermeidung von Langstreckentransporten, wo immer dies möglich ist, und Beschränkung der Tiertransporte auf ein Minimum

Die Ziele für käfigfreie Eier wurden im November 2021 überarbeitet und in die entsprechende Richtlinie aufgenommen (siehe unten).

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 auf eine Zertifizierung hinarbeitet und das klare Ziel verfolgt, die Zertifizierung innerhalb eines angemessenen Zeitraums 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 das von der Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI) in Zusammenarbeit mit dem Consumer Goods Forum entwickelte soziale Benchmark-Tool für 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 hat sich dazu verpflichtet, 100 % käfigfreie Schaleneier zu beschaffen

- bis Ende 2022 in West- und Südeuropa (DE|AT|IT|PT|ES|BE|NL|FR)
- bis Ende 2025 in Osteuropa (EU) (HU|HR|PL|CZ/SK|RO|BG)
- bis Ende 2027 in den übrigen Märkten, wie TR|UA|RS|RU|IN|PK|JP

METRO hat sich verpflichtet, bis Ende 2027 Flüssigei-Eigenmarkenprodukte zu 100 % aus käfigfreier Haltung zu beziehen (in anspruchsvollen Märkten kann diese Frist verlängert werden).

Die Richtlinie wurde im Mai und November 2021 überarbeitet, um die strengeren EU-Vorschriften für die käfigfreie Haltung und das Feedback der NRO zu berücksichtigen. Infolgedessen haben sich unsere Ziele wie oben beschrieben geändert und TR, UA und RS wurden als Nicht-EU-Länder in das Ziel für 2027 aufgenommen. RU ist nun auch in den „übrigen Märkten“ enthalten und muss nicht mehr gesondert erwähnt werden.

Wir haben auch zwischen Schalen- und Flüssigeiprodukten unterschieden und der letzteren Kategorie mehr Flexibilität eingeräumt, da sie in unserem Sortiment keine Rolle spielt (nur 2 Länder haben Flüssigeiprodukte).

Position zu Gentechnik

METRO verpflichtet sich dazu:

- Entsprechend den Anforderungen unserer Tierschutzrichtlinie dürfen keine gentechnisch veränderten Nutztiere (Fleisch und Fisch) in unserer Eigenmarken-Lieferkette verwendet werden.
- 100 % Transparenz in Bezug auf gentechnisch veränderte Zutaten in Lebensmitteln und Zutaten, die aus gentechnisch veränderten Organismen/Pflanzen stammen.
- 100 % transparente Kennzeichnung von Lebensmitteln, die mehr als 0,9 % gentechnisch veränderte Zutaten enthalten.

Diese Richtlinie wird derzeit überprüft.

Position zu Artenvielfalt

./.

Grundsätze der guten Praxis in der Lebensmittel- versorgungskette (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 22](#)

Verpackung und Plastik

Verpflichtung/Richtlinie/ Position

METRO Verpackungspolitik
in Bezug auf Eigenmarken

Ziel

METRO hat sich zum Ziel gesetzt, dass bis zum 30. September 2023 – ausgehend von 2018

1. alle Verpackungen der Eigenmarke auf allen Verpackungsebenen zu 100 % frei von PVC (PVdC) und EPS sind
2. alle Primär- und Sekundärverpackungen aus Papier/ Pappe/Holz der Eigenmarke FSC-/PEFC-zertifiziert sind oder einen Recyclinganteil von mindestens 70 % aufweisen
3. 2.000 Tonnen Kunststoffverpackungen von Eigenmarkenprodukten (neu und recycelt) reduziert werden sollen

Politik für Einwegplastik

Bis 2025 werden wir unsere Kunden dabei unterstützen, in Zukunft ohne konventionellen Einwegkunststoff auszukommen und die Ressourceneffizienz zu steigern, indem wir:

- ausschließlich wiederverwendbare, recycelbare und kompostierbare Alternativen bereitstellen
- unsere Kunden bei dieser Umstellung unterstützen und
- uns für den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft bei Kunststoff einsetzen.

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	Senkung der Scope-1- und Scope-2-CO ₂ -Emissionen um 60 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Lieferfläche bis 2030 im Vergleich zu 2011. Bis 2040 klimaneutral werden. Reduktion der absoluten Scope-3-CO ₂ -Emissionen aus der vorgelagerten Lieferkette um 15 % bis 2030 ggü. 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.
Wasserschutz-Ziel	Reduzierung des Wasserverbrauchs im eigenen Geschäftsbetrieb um 5 % bis 2025 im Vergleich zum Basisjahr 2016/17

Sehen Sie alle [Kennzahlen zu Klimaschutz](#) ► [Seite 15](#)

Vielfalt und Inklusion

Verpflichtung/Richtlinie/ Position	Ziel
Engagement für Chancengleichheit am Arbeitsplatz für alle Geschlechter	Bis September 2025 sollen 25 % der Beschäftigten auf der 1. Führungsebene unterhalb des Vorstandes und 40 % der Beschäftigten auf der 2. Führungsebene unterhalb des Vorstandes der METRO AG Frauen sein. Bis September 2025 sollen 30 % der Führungspositionen auf den Ebenen 1 – 3 (einschließlich Marktleiterinnen und Marktleiter) der METRO-Großhandelsstandorte weltweit mit Frauen besetzt werden.

Sehen Sie alle [Kennzahlen zu Vielfalt und Inklusion](#) ► [Seite 27](#)