

**LET'S
DO
THIS!**

**ZEIT FÜR MEHR
NACHHALTIGKEIT**

**CORPORATE RESPONSIBILITY
FORTSCHRITTSBERICHT
2020/21**

INHALT

3 METRO SUSTAINABLE

- 3 Vorwort des Vorstands
- 5 Nachhaltigkeitsstrategie
- 7 Wesentlichkeitsanalyse 2020/21
- 9 Managementansatz
- 10 Unsere Schwerpunktthemen

11 KENNZAHLEN UND ZIELE

- 11 Kennzahlen und Ziele
- 39 Verpflichtungen, Positionen und Ziele

47 GRI UND UN GLOBAL COMPACT

- 47 GRI Standards Content Index
- 62 United Nations Global Compact

73 ÜBER DIESEN BERICHT

- 73 Über diesen Bericht
- 75 Prüfvermerk zu diesem Bericht

METRO SUSTAINABLE

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

Kann man etwas erhalten, obgleich man es ständig weiterentwickelt? Ist es möglich, sich auf die eigenen Kunden zu fokussieren und damit dennoch zu einem über diese Beziehungen hinausgehenden globalen Transformationsprozess beizutragen? Geht Konzentration auf das Kerngeschäft Hand in Hand mit Klimaschutz?

Wir sagen: Ja! Der Fokus auf unsere Kunden und unser Kerngeschäft treibt uns und unser Unternehmen voran – und das auch beim Schutz von Ressourcen und Klima.



In diesem Fortschrittsbericht zeigen wir, wie wir unser Sortiment den Wünschen und Anforderungen unserer Kundinnen und Kunden anpassen. Wir machen deutlich, wie unser Kerngeschäft mit seinem Fokus auf Lebensmittel unmittelbar vom Klima und seiner Entwicklung beeinflusst wird.

Mit der Arbeit in den Schwerpunktthemen unserer Nachhaltigkeitsstrategie leisten wir einen Beitrag dazu, unseren Einfluss auf Ressourcen, Klima und Gesellschaft so positiv wie möglich zu gestalten. Die Nachhaltigkeitsagenda 2030 sowie die Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen geben uns dafür den globalen Rahmen vor.

2020 und 2021 waren aufgrund der Covid-19 Pandemie sehr herausfordernde Jahre, die in der gesamten Wertschöpfungskette deutliche Spuren hinterlassen haben. Doch die Pandemie hat auch eine Entwicklung verdeutlicht in der Außer-Haus-Gastronomie hin zu mehr Regionalität, mehr Gesundheit, mehr Auswahl, weniger Plastik und bessere Verpackung.

2021 hat uns die Restaurants, Bars und Cafés zurückgebracht – wir genießen wieder. Hinter den Kulissen arbeiten wir als METRO daran, unseren 17 Millionen Kunden ein wachsendes, nachhaltigeres Sortiment anzubieten, dass ihnen dabei hilft, auf die veränderten Wünsche ihrer Kunden einzugehen. Unser Angebot an regionalen Artikeln wächst stetig. Seit 2018 bieten wir unter Eigenmarke auch Bio-Artikel an. Unter den erfolgreichsten Produktlaunches 2021 rangiert METRO Chef Veggie, eine kuratierte Auswahl an mit Köchen gemeinsam entwickelten, pflanzlichen Fleischalternativen für Rind und Geflügelspezialitäten. Und mit unserer Arbeit im Bereich Rückverfolgbarkeit setzen wir alles daran, dass Fleisch- und Fischprodukte vom Teller im Restaurant bis zu ihrem Ursprung zurückverfolgt werden können.

Wir sind uns unserer Verantwortung, aber auch unserer Möglichkeiten bewusst: Unser Sortiment ist ein großer Hebel, um eine nachhaltig positive Wirkung auf Ressourcen, Menschen und Umwelt zu entfalten – entlang der gesamten Wertschöpfungskette vom Produzenten bis zum Gastronomen. Wir nehmen die damit verbundenen verantwortungsvollen Herausforderungen an, denn in unseren Augen brauchen wir mehr Miteinander als je zuvor, um ein Ziel zu erreichen, das für uns alle, vor allem aber für nachkommende Generationen elementar ist: die globale Erderwärmung zu begrenzen und wertvolle Ressourcen zu sichern.

Lebensmittel und Klima sind komplex miteinander verwoben. Bei METRO setzen wir deswegen alles daran, mit gutem Beispiel voranzugehen und über unsere Lieferketten hinweg Veränderungen anzustoßen. Deswegen enthalten unsere Einkaufsrichtlinien ambitionierte Nachhaltigkeitsziele. Deswegen kämpfen wir an allen Fronten gegen Lebensmittelverschwendung und deswegen werden wir 1,45 Milliarden Euro investieren, um unseren eigenen Geschäftsbetrieb bis 2040 klimaneutral zu stellen. Das notwendige Miteinander dafür fängt im eigenen Unternehmen an und trägt sich über die Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern bis hin zu unserer Kunden.

Es ist selten so klar gewesen: die Weichen für die Zukunft müssen wir heute stellen. Wir können unsere Lebensqualität nur steigern, wenn wir Veränderungen jetzt ambitioniert vorantreiben. Als Unternehmen erreichen wir über 17 Millionen Kunden und diese Milliarden von Menschen, die bei ihnen essen, bestellen, einkaufen. Je stärker wir Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft verankern, desto größer ist der Effekt, den wir erzielen. Das ist der Kern von #METROSustainable – mit dem Wissen um unsere Hebelwirkung setzen wir Nachhaltigkeit mit Fokus auf unsere Kunden und unser Kerngeschäft um.

Lassen Sie uns Ihnen mit diesem Fortschrittsbericht zeigen, wie wir vorgehen: Viele Weichen sind schon gestellt, gleichzeitig liegt noch viel Arbeit vor uns – und unsere Motivation stimmt:

Let's do this.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Wir streben mit unserem Kerngeschäft danach, Kunden weltweit mit hochwertigen Produkten und Services zu versorgen. Denn bei METRO bestimmt unser Ziel „Wir geben alles für Menschen mit Leidenschaft für ihr Geschäft“ unser Handeln – und wir streben danach, dies mit unserem Nachhaltigkeitsansatz METRO SUSTAINABLE verantwortungsbewusst zu tun. Dabei ist Nachhaltigkeit mehr als soziale und ökologische Verantwortung in ökonomisch sinnvollem Kontext: sie ist auch eine Frage der Haltung und der Arbeitsweise. Sie bestimmt das Handeln unserer Mitarbeiter und ist fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Wir wollen Veränderung hin zu verantwortungsvollem und nachhaltigem Wirtschaften voranbringen – innerhalb unseres Geschäftsbetriebs, aber vor allem in der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Kunden.

Indem wir unsere Bedürfnisse und Ziele mit den Bedürfnissen der Natur, der Menschen und zukünftiger Generationen in Einklang bringen, können wir langfristig erfolgreich sein und die konventionellen Grenzen des Wachstums für uns, unsere Stakeholder und die Gesellschaft als Ganzes überwinden. Leitmotiv sind dabei die 17 nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) sowie die 10 Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen. Sie bilden den globalen Handlungsrahmen für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Herausforderungen wirtschaftlicher, ökologischer, sozialer und kultureller Natur wie die Covid-19 Pandemie, aber auch globale Herausforderungen wie v.a. das Wachstum der Weltbevölkerung sind mit ihren Konsequenzen für den Ressourcenverbrauch, das Klima und die Ernährungslage aufs engste mit unserem Kerngeschäft verbunden. Damit sind diese Herausforderungen Treiber der Themen, die für unsere Geschäftstätigkeit von größter Bedeutung sind und unsere Arbeit entlang unserer Nachhaltigkeitsstrategie definieren.

Nachhaltiges Handeln bedeutet für uns, qualitatives Wachstum durch nachhaltigen Mehrwert zu schaffen. So generieren wir Kundenmehrwert und tragen gesamtgesellschaftlich zur Bewältigung globaler Herausforderungen bei.

Wir arbeiten entsprechend den Vorgaben unseres Nachhaltigkeitsmanagements an der Bewältigung dieser Herausforderungen und einem operativ nachhaltigen Handeln, indem wir uns auf das Wesentliche fokussieren. Wir wollen sicherstellen, dass wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie an den Aspekten und Belangen arbeiten, die unser Geschäft am stärksten beeinflussen und auf die wir durch unsere Geschäftstätigkeit einen großen Einfluss nehmen können – gemeinsam mit unseren Kunden. Mit unserem Fokus auf den Food-Sektor setzen wir auf 8 strategische Schwerpunktthemen.

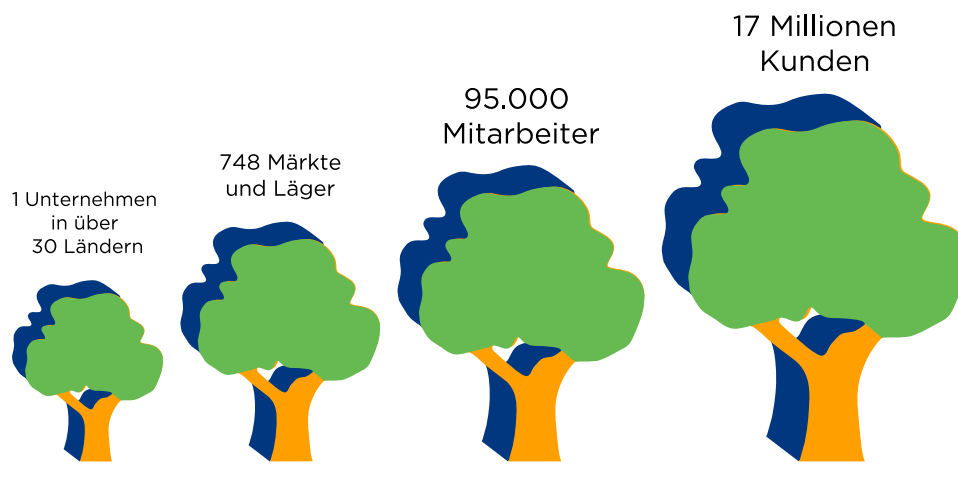
Wir können die Weichen für eine nachhaltige Zukunft stellen, wenn wir gemeinsam an Lösungen gegen Lebensmittelverschwendung arbeiten, Antworten finden für ein ausgewogene Nutzung von Proteinen für einen bewussteren Konsum und mehr Bioprodukte und andere verantwortungsbewusste Produkte anbieten. Gleichmaßen sind wir uns unserer Verantwortung und Chancen bewusst, wenn wir für Menschenrechte eintreten, innovative Lösungen im Bereich Verpackung und Plastik erarbeiten, einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten, den Einkauf von Rohstoffen nachhaltig gestalten und Vielfalt und Inklusion fördern.

So stärken wir lokale Gemeinschaften und fordern auf zu bewussterer Ernährung. Als Innovationstreiber nachhaltiger Lösungen leisten wir einen Beitrag zu einer Nachhaltigkeitsbewegung. Durch Information, Inspiration, Motivation und Unterstützung unserer Mitarbeiter, Kunden und Partner können unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten potenziell Millionen von Menschen erreichen und Wirkung für mehr Nachhaltigkeit entfalten.

Durch Covid-19 haben sich für uns keine grundsätzlich neuen Themen ergeben. Jedoch ergeben sich hieraus Herausforderungen und Chancen, die mit den genannten Themen in Verbindung stehen und deutlicher in den Vordergrund gerückt sind.

Mit METRO SUSTAINABLE und unserer Arbeit auf Basis unserer strategischen Schwerpunktthemen tragen wir dazu bei, weltweit nachhaltige Gemeinschaften zu gestalten. Dies geschieht insbesondere durch den Diskurs mit internen und externen Stakeholdern wie Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern, lokalen Gemeinschaften, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), politischen Vertretern, Investoren, Wettbewerbern und Gremien. Teil von etwas zu sein, erzeugt ein sehr starkes Gefühl des Miteinanders. So können wir alle den Wandel vorantreiben.

Mehr zu unseren strategischen Schwerpunktthemen finden Sie in unseren [Beleggeschichten](#) ▶ [Seite 10](#).



WESENTLICHKEITSANALYSE 2020/21

Im Geschäftsjahr 2020/21 haben wir eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, um mögliche ökonomische, ökologische und soziale Themen sowie Themen der Unternehmensführung zu identifizieren und zu bewerten, die METRO betreffen könnten. Diese Analyse wurde in Übereinstimmung mit den Anforderungen des § 289c des Handelsgesetzbuchs (HGB) und dem Berichtsstandard der Global Reporting Initiative (GRI) durchgeführt und umfasst alle drei Aspekte gleichzeitig:

- Welchen Einfluss das Thema auf den Geschäftsbetrieb, das Geschäftsergebnis oder die wirtschaftliche Lage der METRO hat (nach HGB)
- Welchen Einfluss die Geschäftstätigkeit der METRO auf das betreffende Thema hat (nach HGB und GRI)
- Wie relevant das Thema für die betroffenen Stakeholder ist (nach GRI)

Das Ergebnis dieser Analyse sind 11 wesentliche Themen für METRO, die sowohl interne (Unternehmensmission und -strategie) als auch externe Faktoren (die die Anliegen der Stakeholder widerspiegeln) umfassen, die das Unternehmen kontrollieren und beeinflussen kann, einschließlich der Wertschöpfungskette.

Diese Themen wurden in einem Prozess ausgewählt, der aus mehreren Schritten bestand. Zunächst wurde eine vollständige Liste nicht-finanzieller Themen, die für unser Unternehmen oder unsere Stakeholder-Gruppen relevant sind, aus den wichtigsten Quellen erstellt, darunter:

- Bestehende Strategien, Verpflichtungen und Richtlinien der METRO und ihrer operativen Einheiten
- Anforderungen für verschiedene Ratingsysteme, einschließlich des Dow Jones Sustainability Index (DJSI)
- Berichterstattungsstandards, wie z. B. die des Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- Trendberichte des Weltwirtschaftsforums, der Europäischen Kommission und anderer
- Wesentlichkeitsanalyse der Wettbewerber

Das breite Spektrum an Themen wurde zu einer Liste von 18 Themen zusammengefasst, wobei sichergestellt wurde, dass jeder Aspekt der vollständigen Liste im Inhalt der verkürzten Liste enthalten ist. Der Prozess folgte den Gestaltungsprinzipien für geschäftliche Relevanz, wie:

1. das Thema hat die Fähigkeit, die operativen Ergebnisse und die finanziellen Bedingungen des Unternehmens zu beeinflussen
2. es liegt im Kontroll- und Einflussbereich der METRO, aber
3. Themen, die rein finanzieller und/oder operativer Natur sind, werden ausgeschlossen.

Jedes dieser 18 Themen wurde vom Projektteam der Wesentlichkeitsanalyse, das sich aus drei Experten der Abteilung Corporate Responsibility der METRO AG zusammensetzt, auf einer Skala von 1 bis 7 (wobei 1 für geringe und 7 für hohe Auswirkungen steht) nach den damit verbundenen Risiken und Chancen sowie den aktuellen und potenziell zukünftigen Auswirkungen auf den Geschäftserfolg von METRO bewertet. Alle Themen, die einen Durchschnittswert von 4 oder höher aufwiesen, wurden als wesentlich eingestuft, was zu einer Auswahlliste von 11 wesentlichen Themen führte.

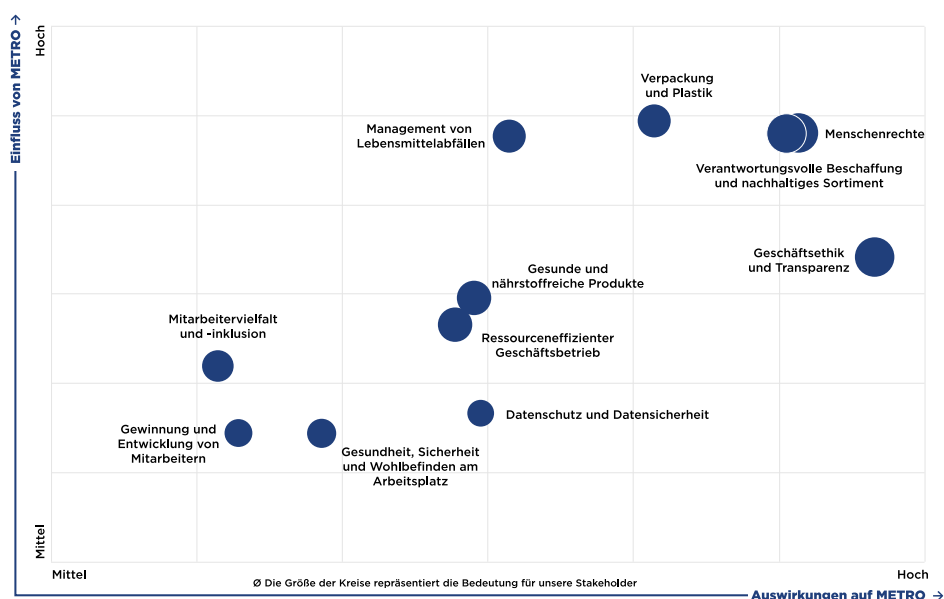
Diese in die engere Wahl gezogenen Themen bildeten die Grundlage für die Validierung und Priorisierung der Wesentlichkeiten durch verschiedene interne und externe Stakeholder im Rahmen von 18 Online-Interviews, darunter das Top-Management von METRO, die CEOs der Länderorganisationen, Kunden, Lieferanten und die Mitglieder des Consumer Goods Forum.

Darüber hinaus fanden zwei interne Online-Workshops mit METRO-Mitarbeitern aus verschiedenen Abteilungen und Landesorganisationen statt, um die Meinung von Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern, Kollegen, Investoren und öffentlichen Organisationen zu erfahren. Diese Teilnehmer wurden gebeten:

- die Themen aus der Perspektive jeder Stakeholder-Gruppe, der sie zugeordnet waren, zu bewerten
- den Einfluss des Themas auf das Geschäft, das finanzielle Ergebnis oder die wirtschaftliche Situation von METRO zu erörtern, indem sie die Risiken und Chancen jedes Themas und den Zusammenhang mit dem Tagesgeschäft von METRO bewerten
- die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von METRO auf die Gesellschaft oder die Umwelt zu bewerten und das relative Ausmaß als hoch, mittel oder gering einzuschätzen.

Schließlich wurden die wesentlichen Themen in eine Matrix eingetragen, die folgende Aspekte widerspiegelt:

- Auswirkung des Themas auf das Geschäft, das finanzielle Ergebnis oder die wirtschaftliche Situation von METRO – zum Beispiel Auswirkungen auf Umsatz, Investitionen, Kosten oder den Ruf des Unternehmens und
- Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit von METRO entlang der Wertschöpfungskette – zum Beispiel im Falle der Nichteinhaltung bestimmter Gesetze, Umwelt- oder Sozialstandards und
- Relevanz des Themas für die davon betroffenen Stakeholder (dargestellt durch die Größe der Kreise in der Grafik) – zum Beispiel in Bezug auf Kauf- oder Investitionsentscheidungen.



Während die Themen Geschäftsethik und Transparenz, Datenschutz und -sicherheit sowie Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitern zu unseren wichtigsten Geschäftspraktiken gehören, sind alle anderen Themen, einschließlich der Themen mit höchster Priorität, nämlich verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltiges Sortiment, Menschenrechte, das Management von Lebensmittelabfällen sowie Verpackungen und Plastik, im METRO-Nachhaltigkeitsansatz und den entsprechenden Verantwortungsbereichen ausdrücklich wie folgt zugeordnet:

Zuständigkeitsbereiche	Wesentliche Themen
Menschen	<ul style="list-style-type: none"> — Menschenrechte — Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz — Mitarbeitervielfalt und -inklusion
Produkt	<ul style="list-style-type: none"> — Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltiges Sortiment — Gesunde und nährstoffreiche Produkte — Verpackung und Plastik
Planet	<ul style="list-style-type: none"> — Management von Lebensmittelabfällen — Ressourceneffizienter Geschäftsbetrieb

Da alle 11 Themen gemäß den GRI- und HGB-Anforderungen wesentlich sind, ist der jeweilige Managementansatz für jedes der 11 Themen bereits in der nichtfinanziellen Erklärung des METRO-Geschäftsberichts 2020/21 beschrieben, nämlich in den Kapiteln [Nachhaltigkeit aktiv managen](#), [Umwelt-](#), [Sozial-](#) und [Arbeitnehmerbelange](#), [Unternehmensethik und Transparenz](#) sowie [Kunden](#). Daher werden sie hier nicht ausführlich dargestellt.

METRO und ihre Tochtergesellschaften werden weiterhin Stakeholder-Befragungen als Grundlage für ihre Wesentlichkeitsanalyse durchführen. Wir stehen für einen Dialog über die Optionen auf unserer Website und über unsere E-Mail-Adresse CR@metro.de zur Verfügung

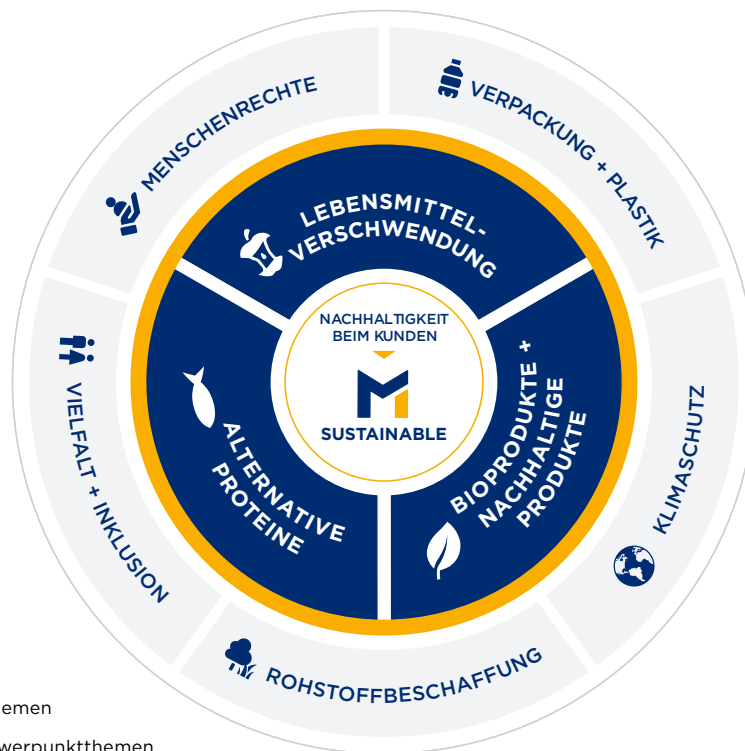
MANAGEMENTANSATZ

Alle Themen, die im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse im Berichtsjahr 2020/21 als wesentlich im Sinne des HGB identifiziert wurden, gelten auch als wesentlich im Sinne von GRI. Hier spiegeln sich auch unsere 8 nachhaltigen Schwerpunktthemen wider. Den Managementansatz, wie wir mit den wesentlichen Themen umgehen, beschreiben wir in der [Nichtfinanziellen Erklärung \(NFE\) des Geschäftsberichts 2020/21](#) und wird hier nicht gesondert behandelt.

Eine genaue Übersicht dazu, wo Aussagen zu den Managementansätzen in Bezug auf die wesentlichen Themen getroffen werden findet sich im [GRI Content Index](#) ▶ [Seite 47](#).

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

METRO SUSTAINABLE drückt unseren Nachhaltigkeitsansatz aus und ist **Rahmen** und gleichzeitig **Treiber** für all unsere Aktivitäten, die bei unseren Kunden auf **mehr Nachhaltigkeit** abzielen. Operativ setzen wir dies entlang unserer 8 strategischen Schwerpunktthemen um. So stellen wir METRO in den Mittelpunkt der Transformation und des Vorantreibens **nachhaltigen Wirtschaftens** und schaffen durch nachhaltiges Handeln Mehrwert – im eigenen Unternehmen und bei unseren Kunden. Wir wollen unser **Wissen teilen** und zeigen, welchen **Nutzen** Lieferanten und Kunden aus **nachhaltigen Entscheidungen** ziehen können. Sie können z. B. im Bereich Energieeffizienz und besserem Abfallmanagement und den sich daraus ergebenden Möglichkeiten in Bezug auf geringere Kosten, bessere Produkte mit höheren Margen, neue Kundengruppen und einen Vorsprung vor der Konkurrenz profitieren.



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

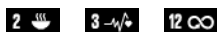
Erläuterung: Im Rahmen unseres Stakeholder-Dialogs informieren wir den Kapitalmarkt über unser Nachhaltigkeitsmanagement. Durch unabhängige Dritte erhalten wir so eine Bewertung unserer Nachhaltigkeitsleistungen.

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
Bioproducte	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 Bioproducte 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.

Bioproducte 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:

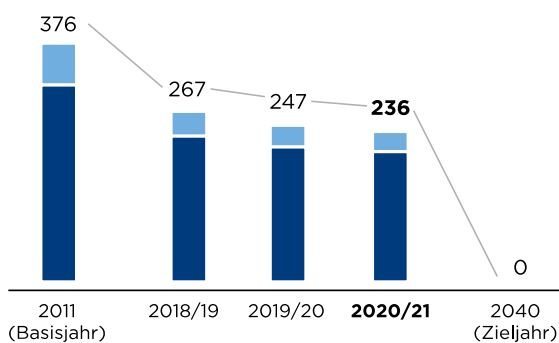
- Scope 1 = Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte, Kältemittelverluste aus Klimatisierung, Kraftstoffverbrauch Dienstwagen und eigene Logistikflotte sowie Notstromaggregate
- Scope 2 = Stromverbrauch, Fernwärme/-kälte
- Scope 3 = externe Logistik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

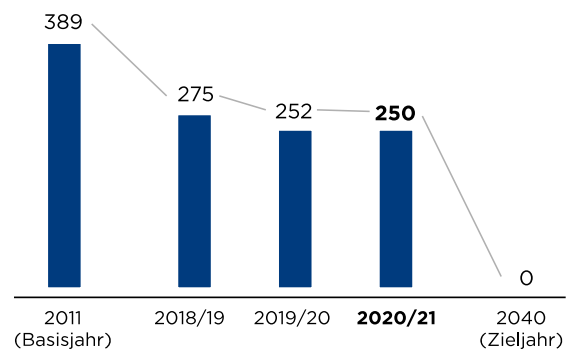


■ Scope 1+2

■ 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 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 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

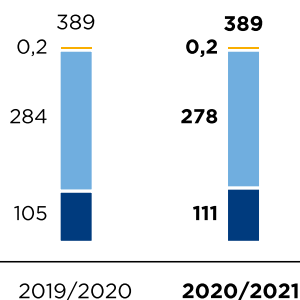
in kg CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente) pro m ² Verkaufs- und Belieferungsfläche	Basisjahr 2011	2020/21	Veränderung in %
Papierverbrauch	14	4	-73
Dienstwagen	12	8	-30
Dienstreisen	6	0	-98
Stromverbrauch	244	149	-39
Wärmeenergieverbrauch	33	28	-16
Kältemittelverluste	66	47	-30
Gesamt	376	236	-37

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

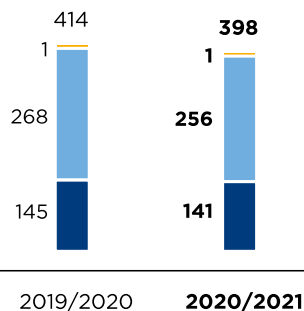
Energieverbrauch Kennzahlen

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

METRO



Deutschland



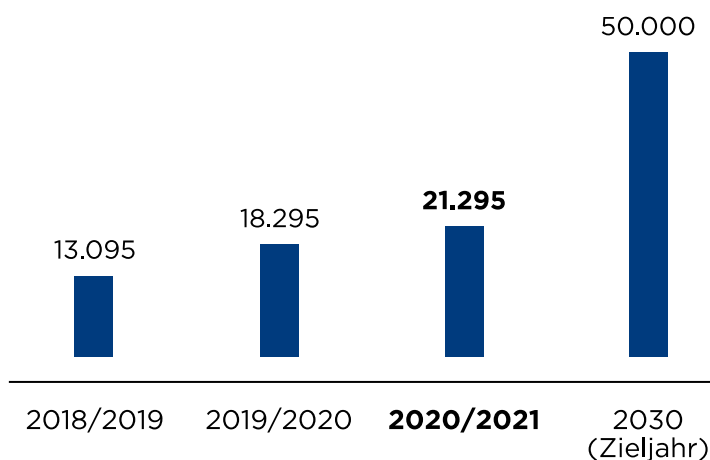
 Wärme  Strom  Kälte

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)

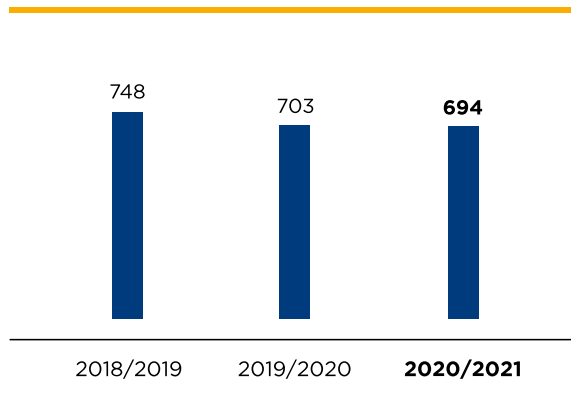
in MWh	2018/19	2019/20	2020/21
Brennstoffe (Heizöl, Gas, Benzin, Diesel, LPG, LNG)	523.762	499.428	526.947
Strom	1.610.400	1.523.866	1.488.084
davon Graustrom	1.533.970	1.445.795	1.382.171
davon Grünstrom (HKN zertifiziert)	68.383	64.105	87.915
davon selbstproduzierte Solarenergie	8.047	13.966	17.998
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.

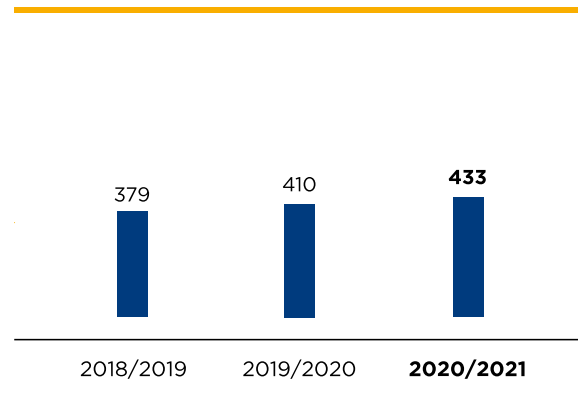
Grünstrom umfasst Herkunftsnachweise (HKNs) sowie Ökostromverträge mit HKNs und Strombezugsvereinbarungen (Englisch: Power Purchase Agreements/ PPAs) mit HKNs. METRO kauft HKNs in Kombination mit Ökostromverträgen in Ländern wie Italien, Portugal oder Österreich. Zusätzlich haben wir in Frankreich in 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.

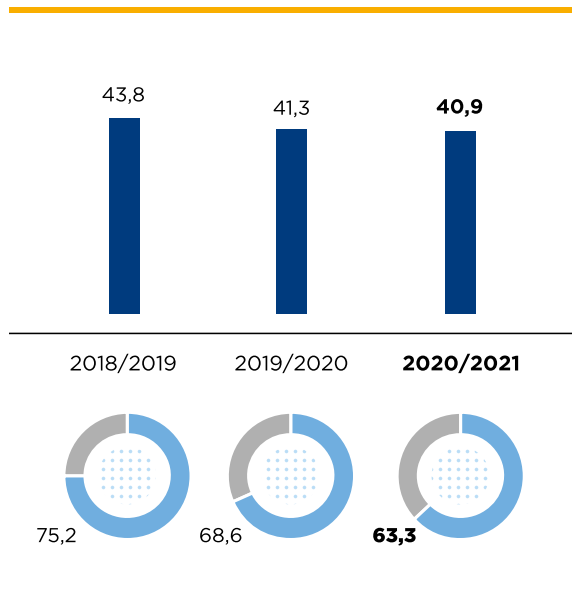
Auf Gruppenebene messen und kontrollieren wir die Menge an Wasser, die das Unternehmen aus der öffentlichen Trinkwasserversorgung entnimmt. Die öffentliche Trinkwasserversorgung ist die einzige wesentliche Quelle, aus der wir signifikante Mengen an Wasser beziehen.

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.

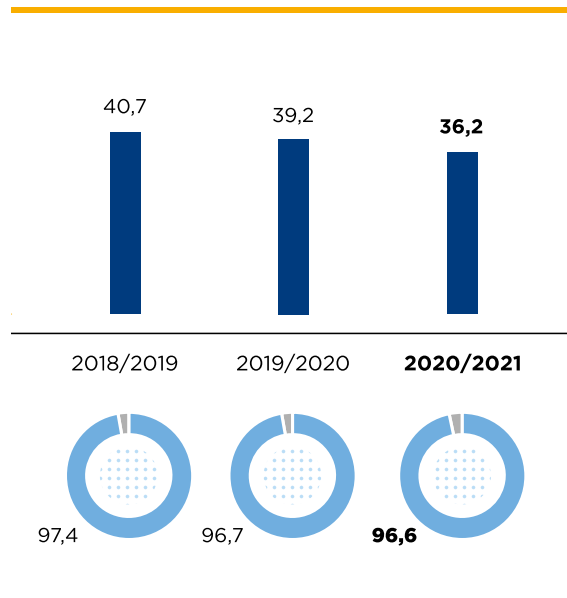
Ziel: Für METRO Wholesale wurde das Ziel festgelegt, bis 2025 5 % Wasser ggü. dem Basisjahr 2016/17 einzusparen. 2021 konnten wir den Eigenverbrauch in unseren Märkten von METRO Wholesale ggü. dem Vorjahr um 2 % berechnet auf den Quadratmeter Net Operating Area reduzieren.

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

METRO



Deutschland



■ Abfallaufkommen ■ Recyclingquote

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)

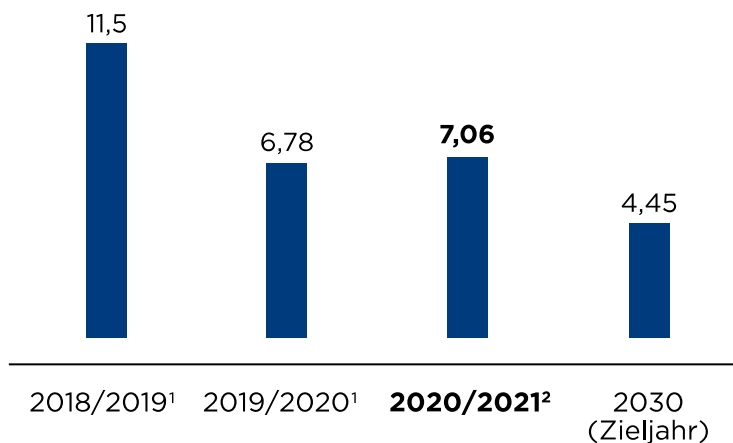
In der Berechnung der Recyclingquote berücksichtigen wir gefährliche Abfälle nicht, da wir deren Behandlung (Recycling oder Beseitigung) nicht über alle Länder hinweg systematisch erfassen können. Auf Basis von Erkenntnissen aus einigen Ländern wird ein Großteil des gefährlichen Abfalls jedoch ebenfalls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

Menschenrechte

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



Deutschland

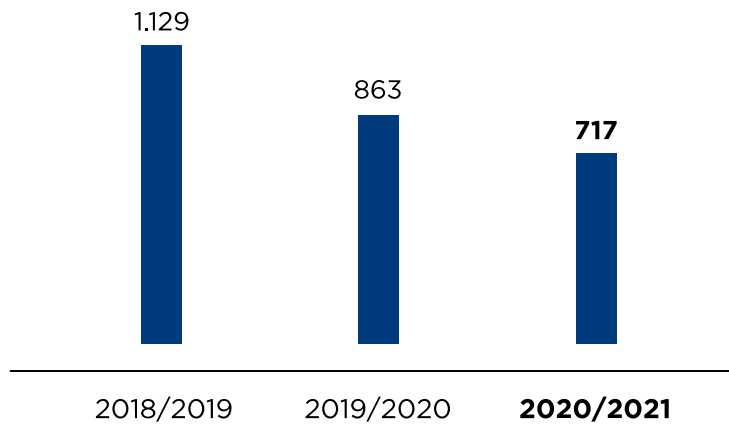


¹ Diese Kennzahl wurde nicht der betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 mit begrenzter Sicherheit durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft unterzogen. Außerdem ist die Zahl exklusive der Landesgesellschaft Japan.

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.).

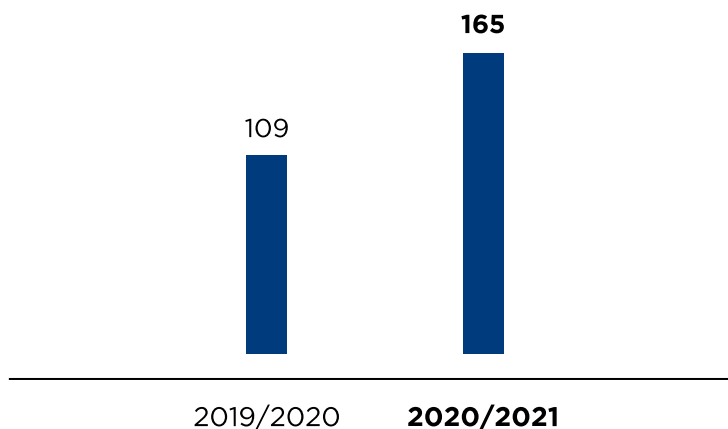
Produzenten in Risikoländern  **Risikobehaftete Non-Food Produzenten****Risikobehaftete Non-Food Produzenten¹ (Anzahl)**

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

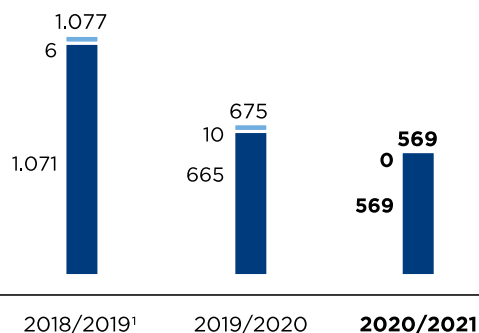
9. Soja als Tierfutter

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

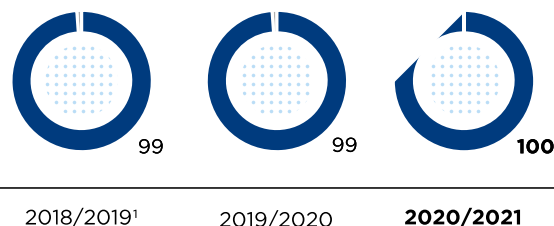
II. Faktenbasiertes Risiko - Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, schlechte Audit-Ergebnisse in der Vergangenheit, lokale Gewerkschaftsberichte, NRO-Berichte)

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.

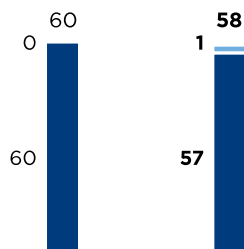
Definition: Status aller risikobehafteten Produzenten, in denen METRO SOURCING INTERNATIONAL Importware herstellen lässt, und von risikobehafteten Non-Food-Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte herstellen. Bezüglich der Definition von "risikobehaftet" siehe Fußnote 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 Auditresultat, d. h. für die amfori BSCI mindestens ein A-, B- oder C-Auditresultat 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-Auditresultaten weiter zu nutzen, wenn ihr D-Auditresultat 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-Auditresultat 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.

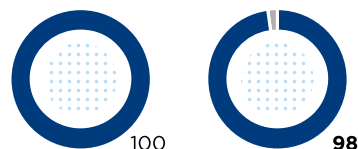
Sozialaudits, bezogen auf Eigenimporte durch METRO SOURCING und Food/Near-Food-Eigenmarken der Vertriebslinien von METRO

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.

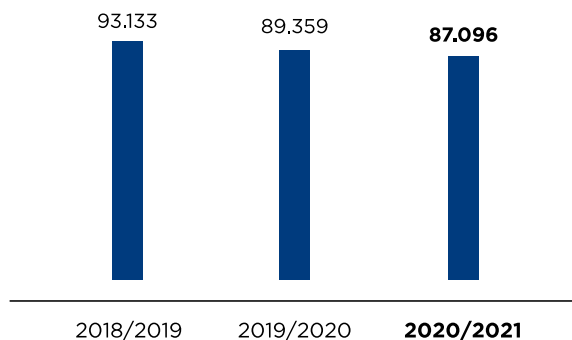
Erläuterung: Die Einführung des Prozesses für Food/Near-Food-Produzenten startete Ende 2019. Zum 30. September 2021 waren 58 Produzenten auditiert. Davon haben 98 % (57 Produzenten) das Audit bestanden. Um eine schrittweise Eingliederung unserer Produzenten in ein Sozialstandard-System wie amfori BSCI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

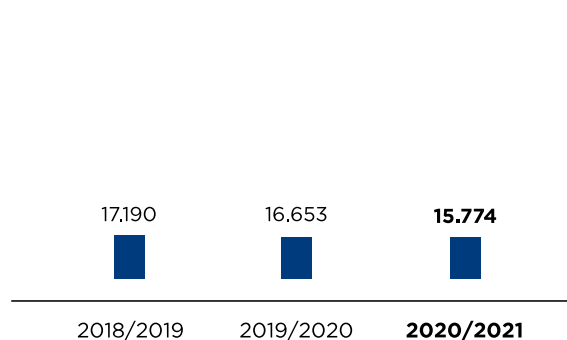
Vielfalt und Inklusion

Mitarbeiter   

METRO



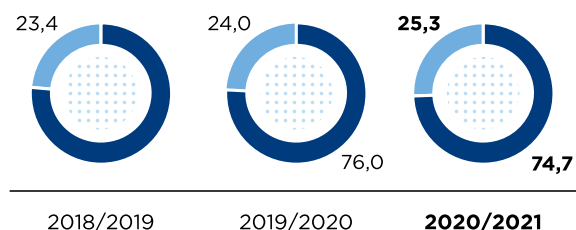
Deutschland



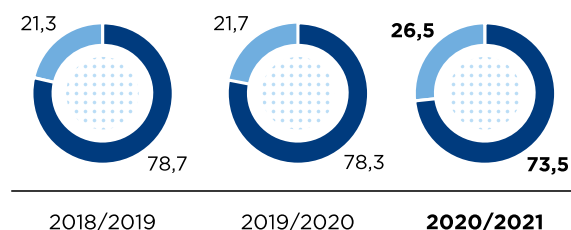
Definition: Angestellte auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Frauen in MINT-Positionen (in %)

METRO



Deutschland



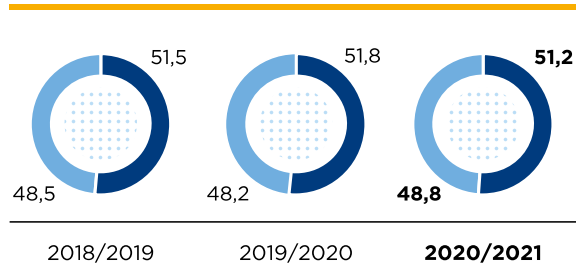
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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.

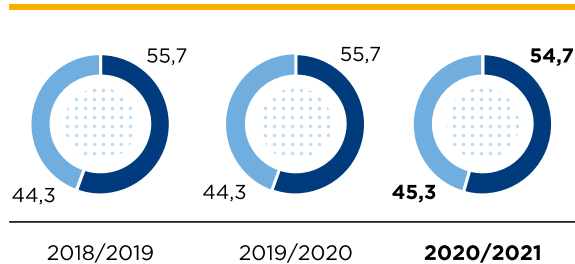
Zu den Ingenieurs- oder F&E-Funktionen gehören unter anderem Ingenieure, Softwareentwickler, Ingenieure für Softwarequalität, Infrastrukturingenieure, Systemingenieure und Hardwareingenieure.

Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland

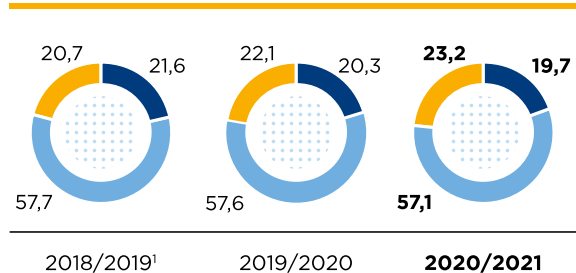


■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

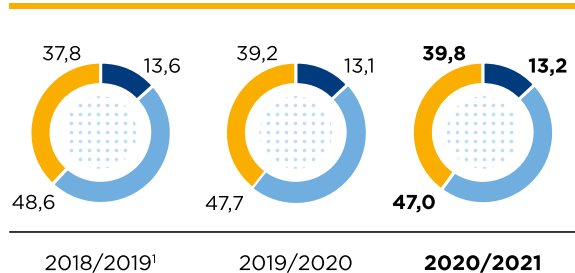
Definition: Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter nach Köpfen zum 30. September.

Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

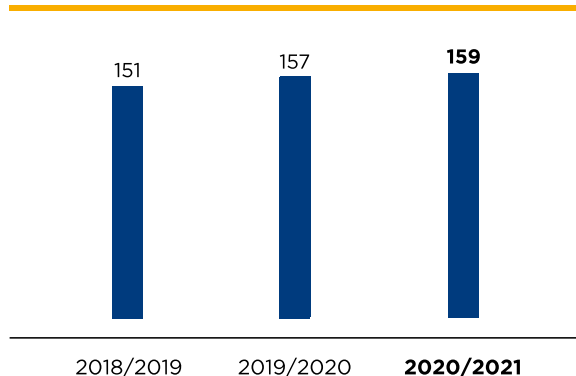


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

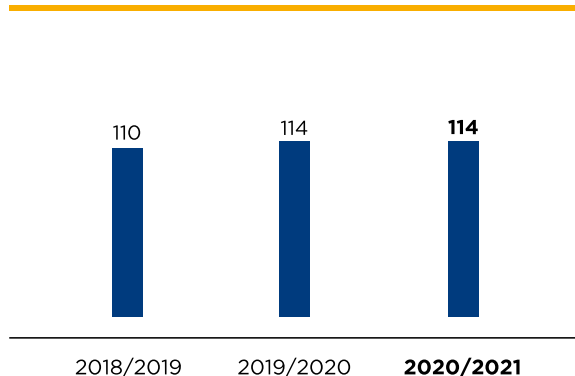
Definition: Verteilung der Angestellten auf Altersgruppen ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Anzahl Nationalitäten

METRO



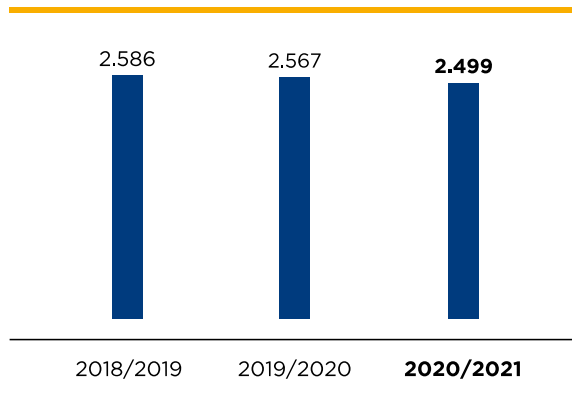
Deutschland



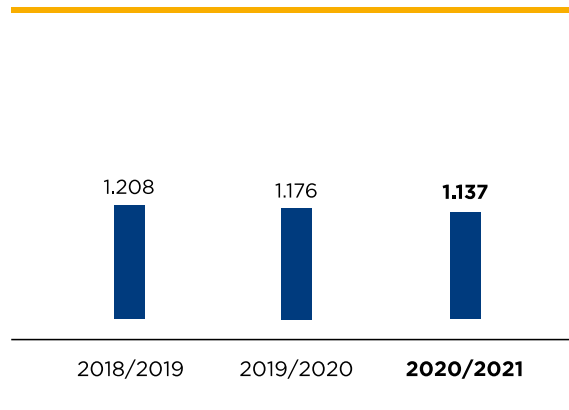
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte

METRO



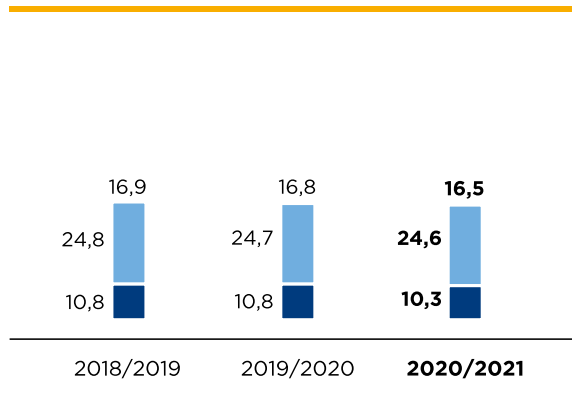
Deutschland



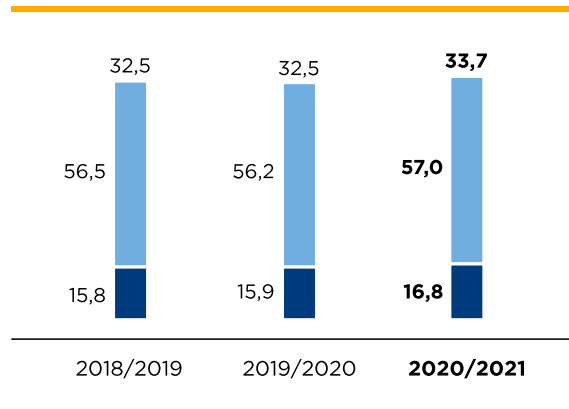
Definition: Alle Mitarbeiter, die gemäß Definition des jeweiligen Landes als schwerbehindert gelten, bzw. ihnen Gleichgestellte.

Teilzeitquote nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



■ Teilzeitquote Männer (in % aller Männer)

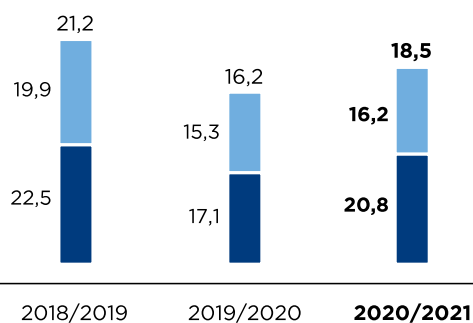
■ Teilzeitquote Frauen (in % aller Frauen)

Teilzeitquote (in % aller Angestellten)

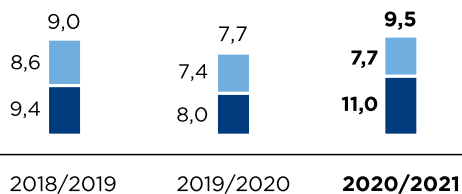
Definition: Quote der in Teilzeit beschäftigten Angestellten im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Fluktuation nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



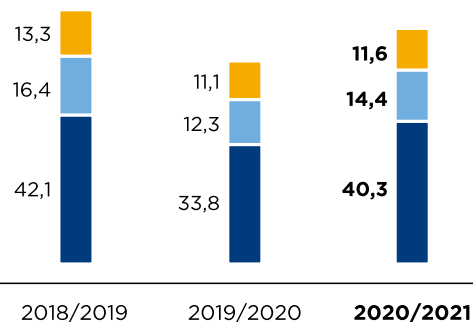
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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.

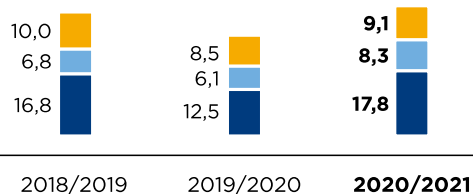
Erläuterung: Die Fluktuationsrate ist bei METRO hoch. Dies lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass die Fluktuation in einigen Ländern in Asien und Osteuropa, in denen METRO aktiv ist, generell hoch ist.

Fluktuation nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

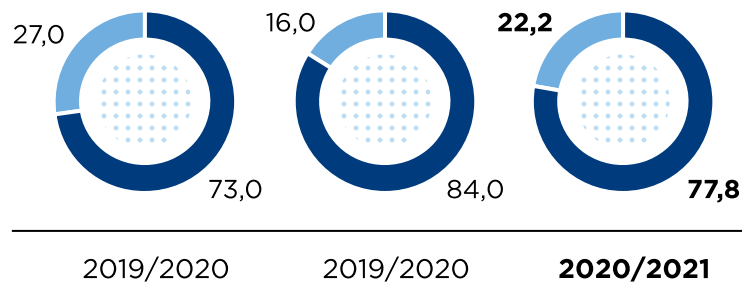


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

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

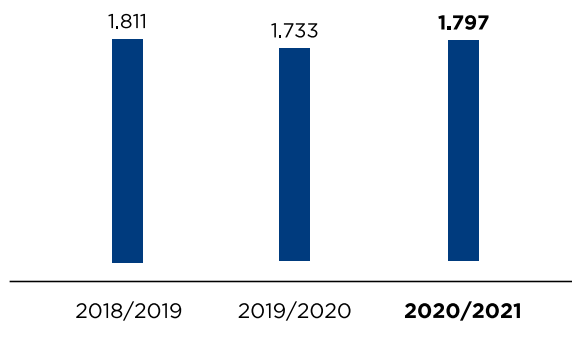


- Anteil über Arbeitsnehmervertreter abgedeckter Mitarbeiter (%)
- Anteil nicht abgedeckter Mitarbeiter (%)

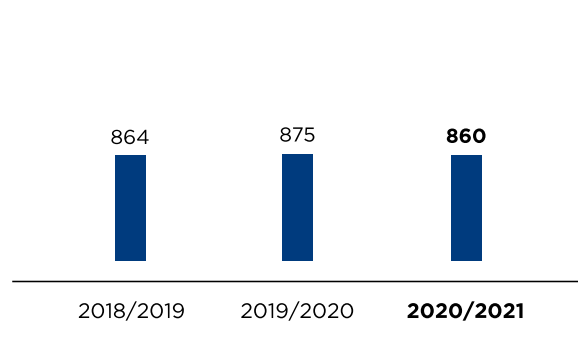
Definition: Anteil der Mitarbeiter, die durch Betriebsräte, Arbeitnehmervertreter, eine unabhängige Gewerkschaft vertreten werden oder deren Interessen über Tarifverträge abgedeckt sind.

Anzahl Auszubildende, Praktikanten und Studenten

METRO



Deutschland

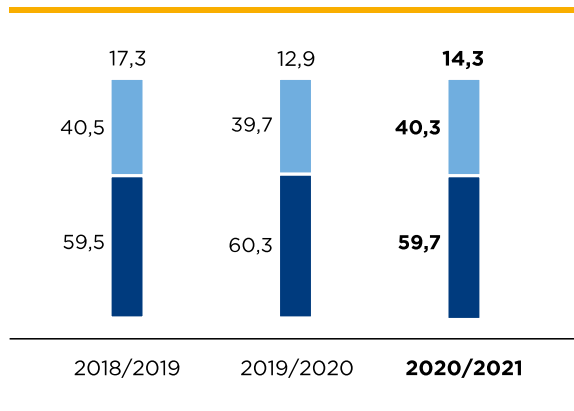


Definition: Alle Auszubildenden inklusive Praktikanten und Studenten.

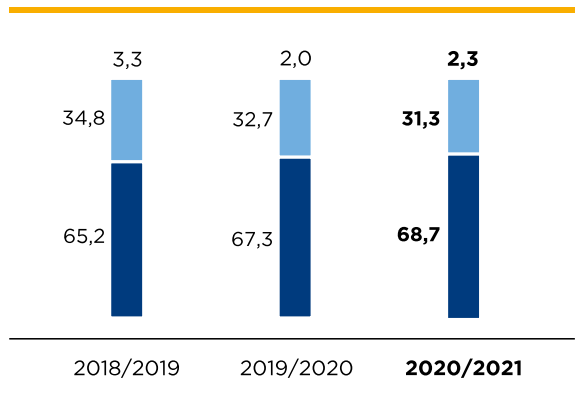
Neue Mitarbeiter   

Neue Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



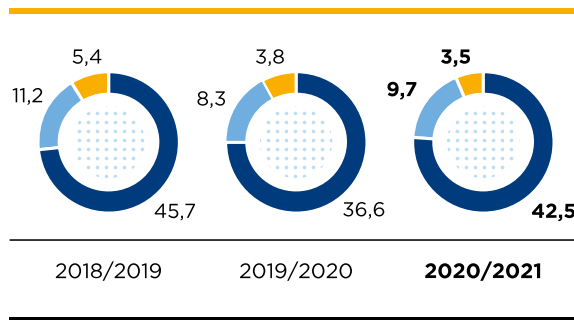
-  Anteil Männer
-  Anteil Frauen

Anteil neue Mitarbeiter an gesamten Mitarbeitern

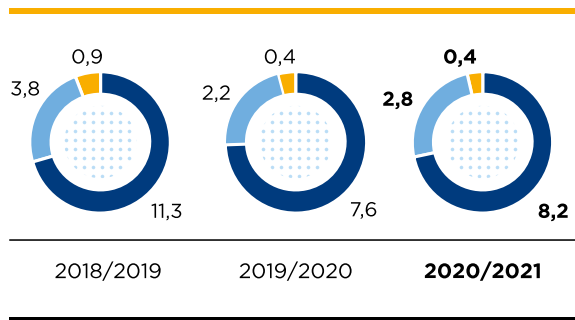
Definition: Unter Neue Mitarbeiter sind alle Eintritte und Wiedereintritte von Mitarbeitern zusammengefasst. Die Kennzahl bezieht die Zahl der Eintritte auf den durchschnittlichen Personalbestand. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.




Neue Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

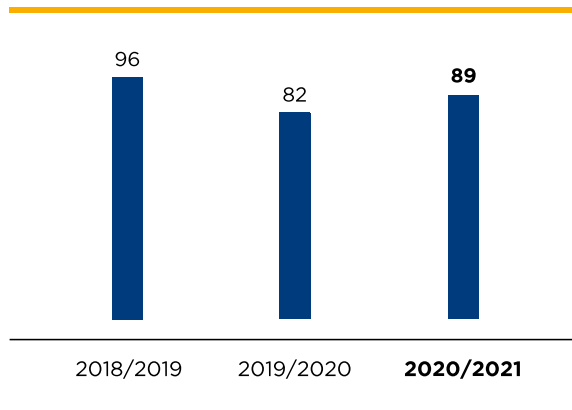


-  < 30 Jahre
-  30-50 Jahre
-  > 50 Jahre

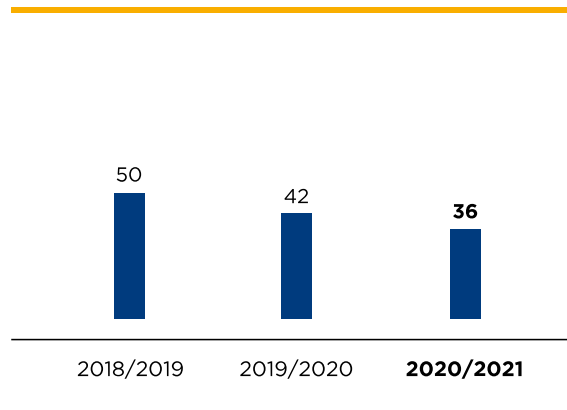
Definition: Verteilung der neu eingetretenen Mitarbeiter auf Altersgruppen im Jahresdurchschnitt. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland

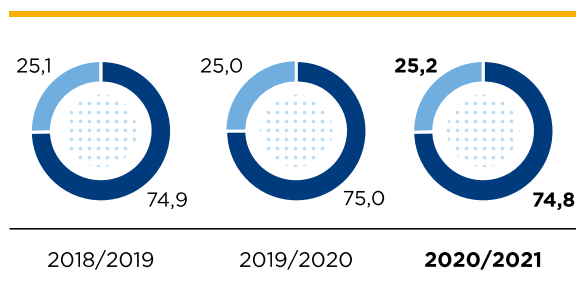


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

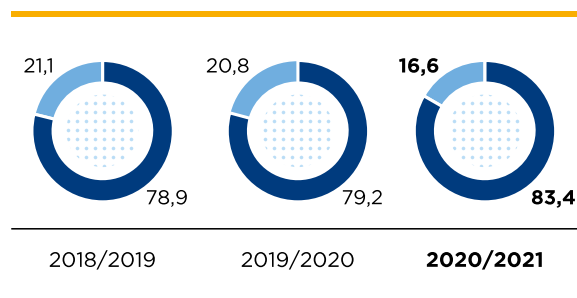
Führungskräfte   

Geschlechterverteilung in Führungspositionen (in %)

METRO



Deutschland



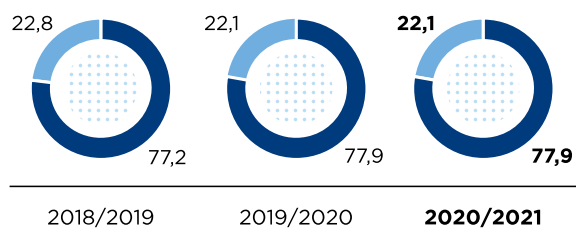
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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.

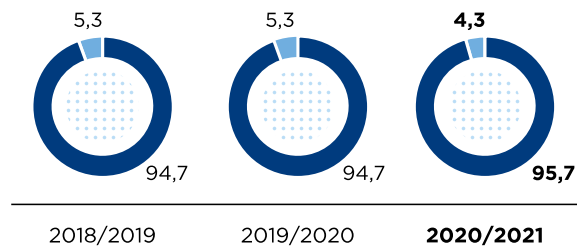
Ziele: Im Zuge der Überarbeitung der Strategie und durch die positive Entwicklung in Bezug auf die Zielerreichung, den Anteil von Frauen in Führungspositionen bei der METRO AG und im METRO Großhandel zu erhöhen, haben wir das vom Vorstand am 26. Juli 2017 festgelegte Zielerreichungsdatum der aktuellen 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



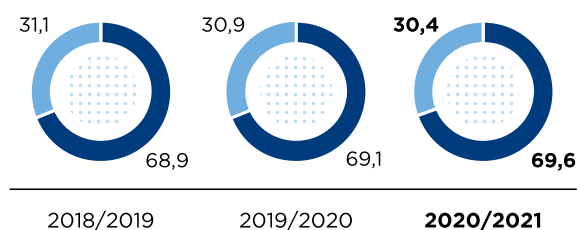
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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).

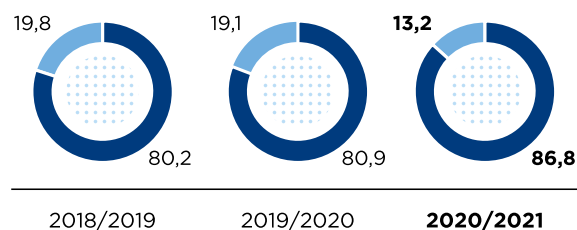
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Top Management Positionen, d.h. maximal zwei Ebenen unter dem CEO oder ähnliche Positionen (in % aller Top Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management (in %)

METRO



Deutschland



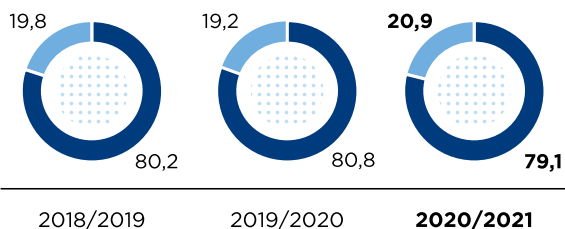
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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).

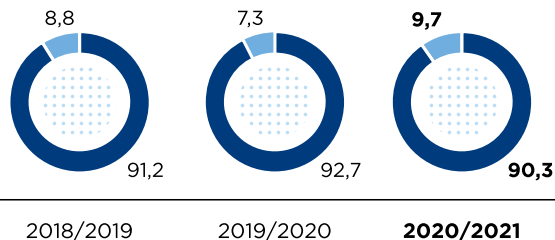
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Junior Management Positionen, z.B. erstes Management-Level (in % aller Junior Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen in Umsatz generierende Funktionen (in %)

METRO



Deutschland



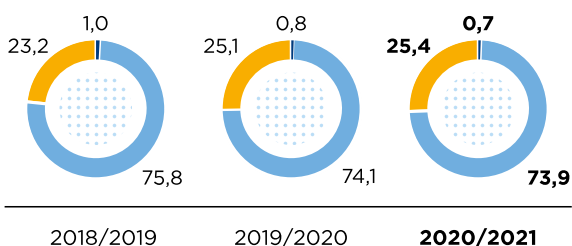
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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).

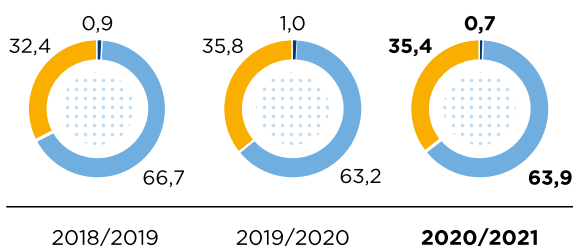
Diese Grafik zeigt i.W. den Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen in unseren Märkten und Belieferungsdepots in % aller solcher Führungskräfte in diesen Bereichen.

Führungskräfte nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

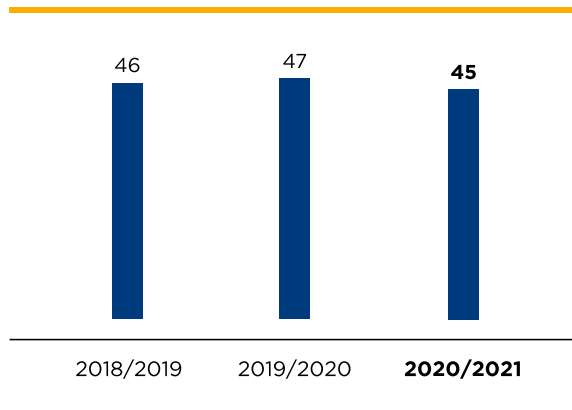


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

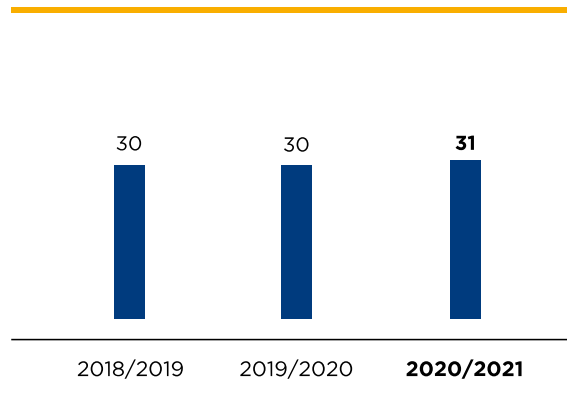
Definition: Verteilung der Führungskräfte auf Altersgruppen zum 30. September.

Anzahl Nationalitäten bei Führungskräften

METRO



Deutschland



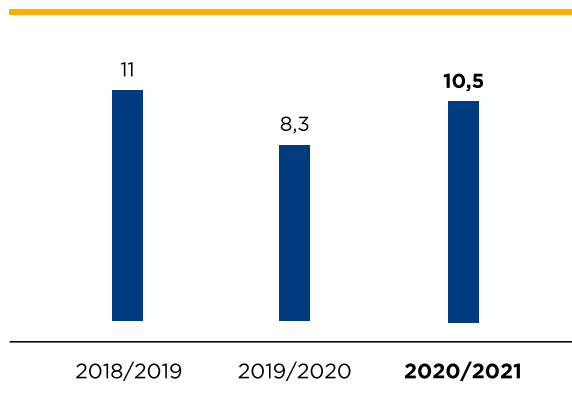
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Führungskräfte zum 30. September.

Weiterbildung und Engagement

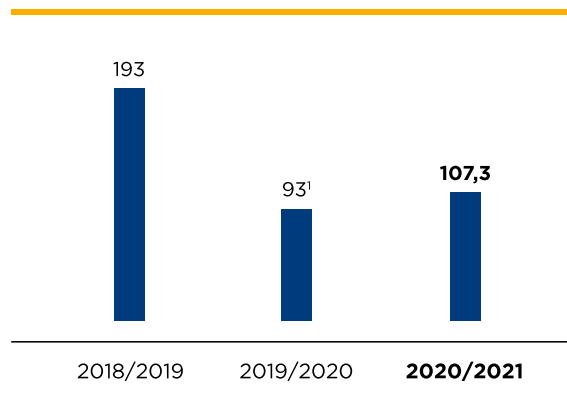


Weiterbildung

Durchschnittliche Anzahl an Stunden für Weiterbildung je Mitarbeiter pro Jahr



Durchschnittliche 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 langfristige 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.

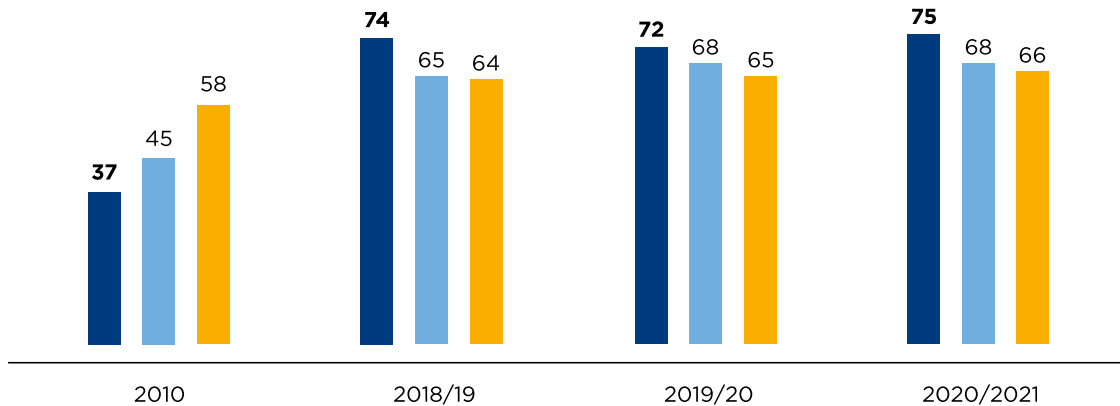
Sowohl die Aktivitäten im Bereich des digitalen Selbstlernens als auch die von Ausbildern geleiteten Kurse nahmen zu, auch wenn sie nach wie vor häufig digital durchgeführt werden.

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	<p>Der METRO-Ansatz für alternative Proteine umfasst drei Bereiche:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 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 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

GRI UND UN GLOBAL COMPACT

GRI STANDARDS CONTENT INDEX

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den Global Reporting Initiative (GRI) Standards "Option Kern" erstellt. Neben den Standardangaben berichten wir im GRI Content Index zu jedem als wesentlich identifizierten Thema mindestens einen zugehörigen Indikator, um unsere Leistung in diesem Bereich transparent zu machen.

Allgemeine Standardangaben

Organisationsprofil

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
102-1	Name der Organisation	CRR: Impressum ▶ Seite 78
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	GB: Geschäftsmodell des Konzerns
102-3	Hauptsitz der Organisation	CRR: Impressum ▶ Seite 78
102-4	Betriebsstätten	GB: Geschäftsmodell des Konzerns GB: Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns GB: Standortportfolio nach Ländern und Segmenten
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	CRR: Impressum ▶ Seite 78 GB: Aktionärsstruktur der METRO AG GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG
102-6	Belieferte Märkte	GB: Geschäftsmodell des Konzerns
102-7	Größe der Organisation	CRR: Kennzahlen - Vielfalt und Inklusion - Mitarbeiter ▶ Seite 27 CRR: Kennzahlen - Unternehmen ▶ Seite 12 GB: Geschäftsmodell des Konzerns GB: Vermögens-, Finanz- und Ertragslage GB: Kapitalstruktur Zusätzliche Informationen: METRO vertreibt sowohl Produkte von renommierten Herstellern als auch Eigenmarken, die hohe Qualität mit einem attraktiven Preis verbinden. In Deutschland zum Beispiel umfasst das Gesamtsortiment des METRO-Großhandels rund 186.000 Artikel.
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	CRR: Kennzahlen - Vielfalt und Inklusion - Mitarbeiter ▶ Seite 27 CRR: Kennzahlen - Vielfalt und Inklusion - Teilzeitquote ▶ Seite 27 Zusätzliche Informationen: Aufgrund unterschiedlicher gesetzlicher Regelungen in den einzelnen Ländern, in denen METRO tätig ist, ist es nicht sinnvoll, den Anteil der befristeten Arbeitsverträge anzugeben. Da der Anteil der Personen, die keine Mitarbeiter oder weisungsgebundene Mitarbeiter sind (einschließlich Mitarbeiter und weisungsgebundene Mitarbeiter von Vertragspartnern), unerheblich ist, wird er nicht ausgewiesen.

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
102-9	Lieferkette	<p>CRR: Nachhaltigkeitsstrategie ▶ Seite 5</p> <p>GB: Geschäftsmodell des Konzerns</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Als Einzel- und Großhandelsunternehmen kann unsere Lieferkette wie folgt vereinfacht werden: Hersteller, Erzeuger und Produzenten von Lebensmitteln und Non-Food-Produkten; Transport, Lagerung und Verteilung; Geschäfte; Verbraucher.</p> <p>Unsere Ansätze für das Lieferkettenmanagement finden Sie in den Abschnitten, die sich auf unsere Nachhaltigkeitsschwerpunkte beziehen.</p>
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	<p>GB: Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Segmente</p> <p>GB: Brief an die Aktionäre</p> <p>GB: Überblick über das Geschäftsjahr 2020/21 und Prognose</p> <p>Zusätzliche Information:</p> <p>Bei unseren Einkaufsprozessen achten wir darauf, dass wir nicht von unseren Lieferanten abhängig sind. Unsere Lieferantenstruktur hat sich in dieser Hinsicht nicht wesentlich verändert. Dementsprechend melden wir keine Änderungen des Lieferantenstandorts, der Lieferkettenstruktur oder der Lieferantenbeziehungen (einschließlich Auswahl und Kündigung).</p> <p>Auch die internen Strukturen der METRO sind weitgehend gleich geblieben. Über die Veränderungen informiert das Kapitel Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Segmente.</p>
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	<p>CRR: Nachhaltigkeitsstrategie ▶ Seite 5</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele ▶ Seite 39</p>
102-12	Externe Initiativen	CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele ▶ Seite 39
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>(PDF:) Mitgliedschaften in ausgewählten Organisationen</p>

Strategie

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	<p>CRR: Vorwort des Vorstands ▶ Seite 3</p> <p>CRR: Nachhaltigkeitsstrategie ▶ Seite 5</p> <p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen ▶ Seite 10</p> <p>GB: Brief an die Aktionäre</p> <p>GB: Ziele und Strategie</p> <p>GB: Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen</p> <p>GB: Nachtrags- und Prognosebericht</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht</p>

Ethik und Integrität

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	<p>CRR: Nachhaltigkeitsstrategie ▶ Seite 5</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele ▶ Seite 39</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange - Nachhaltige Personalstrategie</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Unternehmensethik und Transparenz - Compliance - einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen</p> <p>GB: Corporate Governance</p>

Unternehmensführung

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
102-18 Führungsstruktur	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Nachhaltigkeit aktiv managen</p> <p>GB: Beratung und Überwachung im Dialog mit dem Vorstand</p> <p>GB: Arbeit der Ausschüsse</p> <p>GB: Der Vorstand</p> <p>GB: Bericht des Aufsichtsrats</p>

Einbindung von Stakeholdern

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Stakeholderbeziehungen - METRO Sustainable (metroag.de)</p>
102-41 Tarifverträge	<p>CRR: Kennzahlen - Vielfalt und Inklusion - Arbeitnehmervertretung ▶ Seite 27</p>
102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	<p>CRR: Nachhaltigkeitsstrategie ▶ Seite 5</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Stakeholderbeziehungen - METRO Sustainable (metroag.de)</p> <p>Der Austausch mit Interessengruppen findet entlang der gesamten Wertschöpfungskette statt und berücksichtigt sowohl unsere Auswirkungen als auch die potenziellen Auswirkungen auf uns.</p>
102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Stakeholderbeziehungen - METRO Sustainable (metroag.de)</p>
102-44 Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen ▶ Seite 10</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p>

Vorgehensweise bei der Berichterstattung

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	<p>GB: Geschäftsmodell des Konzerns</p> <p>GB: Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften</p> <p>GB: Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Der METRO Corporate Responsibility Report 2020/21 umfasst die wichtigsten operativen Einheiten, darunter die Servicegesellschaften und die Holding. Darüber hinaus ist der jeweilige Umfang in den Indikatoren vermerkt.</p>
102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7
102-47 Liste der wesentlichen Themen	CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7
102-48 Neudarstellung von Informationen	<p>CRR: Kennzahlen und Ziele ▶ Seite 11</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Alle neuen Darstellungen von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten werden durch Fußnoten an den entsprechenden Stellen erläutert, sofern vorhanden.</p>
102-49 Änderungen bei der Berichterstattung	<p>CRR: Kennzahlen und Ziele ▶ Seite 11</p> <p>GB: Internes Kontrollsystem für finanzielle und operative Prozesse</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Wichtige Änderungen des Berichtsumfangs und eventuelle Einschränkungen von Aspekten werden an den entsprechenden Stellen erläutert.</p>
102-50 Berichtszeitraum	CRR: Über diesen Bericht ▶ Seite 73
102-51 Datum des letzten Berichts	CRR: Über diesen Bericht ▶ Seite 73
102-52 Berichtszyklus	CRR: Über diesen Bericht ▶ Seite 73
102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	CRR: Impressum ▶ Seite 78
102-54 Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	CRR: Über diesen Bericht ▶ Seite 73
102-55 GRI-Inhaltsindex	CRR: GRI Standards Content Index ▶ Seite 47
102-56 Externe Prüfung	<p>CRR: Über diesen Bericht ▶ Seite 73</p> <p>CRR: Prüfvermerk zu diesem Bericht ▶ Seite 75</p>

Wesentliche Themen

Geschäftsethik und Transparenz

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Compliance – einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen</p> <p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: UNGC – Korruptionsbekämpfung ▶ Seite 71</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Corporate Governance - METRO AG</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Compliance – einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen</p> <p>CRR: UNGC – Korruptionsbekämpfung ▶ Seite 71</p> <p>Zusätzliche Informationen: Corporate Governance - METRO AG</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Compliance – einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen</p> <p>CRR: UNGC – Korruptionsbekämpfung ▶ Seite 71</p> <p>Zusätzliche Informationen: Corporate Governance - METRO AG</p>
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	<p>GB: Sonstige Rechtsangelegenheiten</p> <p>Zusätzliche Informationen: Informationen zu Rechtsstreitigkeiten, Ermittlungen und anderen Rechtsfragen sowie zu den damit verbundenen potenziellen Risiken und Auswirkungen für die METRO AG finden sich in Abschnitt 48 „Sonstige Rechtsangelegenheiten“ im Anhang zum Konzernabschluss der METRO AG zum 30. September 2021</p> <p>Es wird nur über Rechtsangelegenheiten berichtet, die für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns bzw. der METRO AG von wesentlicher Bedeutung sind. Der Grundsatz der Wesentlichkeit der Lageberichterstattung ergibt sich aus § 315 HGB i.V.m. DRS 20 für den Konzernabschluss der METRO AG und aus § 289 HGB i.V.m. DRS 20 für den Einzelabschluss der METRO AG.</p>

Datenschutz und Datensicherheit

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Schutz personenbezogener Daten</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Schutz personenbezogener Daten</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Schutz personenbezogener Daten</p>
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016		
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	<p>Zusätzliche Informationen: Konzernweiter Datenschutz - METRO AG</p>

Mitarbeiter Vielfalt und -inklusion

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Vielfalt und Inklusion ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Vielfalt und Inklusion ▶ Seite 46</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Chancengleichheit im Beruf</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Vielfalt und Inklusion</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Vielfalt und Inklusion</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Vielfalt und Inklusion ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Vielfalt und Inklusion ▶ Seite 46</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Vielfalt und Inklusion</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Vielfalt und Inklusion ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Vielfalt und Inklusion ▶ Seite 46</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p>
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016		
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	<p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Geschlechterverteilung in Führungspositionen ▶ Seite 33</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management ▶ Seite 33</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management ▶ Seite 33</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Geschlechterverteilung in Führungspositionen in Umsatz generierende Funktionen ▶ Seite 33</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Führungskräfte nach Alter ▶ Seite 33</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Anzahl Nationalitäten bei Führungskräften ▶ Seite 33</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Mitarbeiter ▶ Seite 27</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Mitarbeiter nach Altersgruppen ▶ Seite 27</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte ▶ Seite 27</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Mitarbeiter nach Altersgruppen ▶ Seite 27</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Anzahl Nationalitäten ▶ Seite 27</p>

Management von Lebensmittelabfällen

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange</p> <p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 39</p> <p>CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange - Reduzierung von Lebensmittelabfällen</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 39</p> <p>CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange - Reduzierung von Lebensmittelabfällen</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 39</p> <p>CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68</p>
GRI 306: Abfall 2020		
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	<p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 10</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange - Reduzierung von Lebensmittelabfällen</p>
306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	<p>CRR: Kennzahlen - Abfallaufkommen und Recyclingquote ▶ Seite 21</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange - Reduzierung von Lebensmittelabfällen</p> <p>Zusätzliche Informationen: Die Festlegung der Entsorgungsmethode basiert auf den Informationen, die von den von uns eingesetzten Entsorgungsdienstleistern zur Verfügung gestellt werden.</p>
306-3	Angefallener Abfall	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange - Reduzierung von Lebensmittelabfällen</p> <p>CRR: Kennzahlen - Abfallaufkommen und Recyclingquote ▶ Seite 21</p> <p>CRR: Kennzahlen - Lebensmittelverschwendung ▶ Seite 15</p>

Gesunde und nährstoffreiche Produkte

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 40</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Gesunde und nährstoffreiche Produkte</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 40</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Gesunde und nährstoffreiche Produkte</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 40</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Gesunde und nährstoffreiche Produkte</p>
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016		
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	<p>CRR: Kennzahlen – Bio- und nachhaltige Produkte ▶ Seite 14</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht</p> <p>Gründe für Auslassung: Prozentuale Angabe kann aus internen Reporting-Systemgründen nicht erhoben werden. Darüber hinaus arbeitet METRO hierzu überwiegend nur im Bereich der Eigenmarkenprodukte.</p>

Menschenrechte

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Faire Arbeitsbedingungen und Sozialpartnerschaft</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Achtung von Menschenrechten</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Globale Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Menschenrechte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Menschenrechte ▶ Seite 45</p>
103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Faire Arbeitsbedingungen und Sozialpartnerschaft</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Achtung von Menschenrechten</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Globale Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Menschenrechte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Menschenrechte ▶ Seite 45</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Grundsätze zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft</p> <p>amfori BSCI Code of Conduct</p>
103-3 Beurteilung des Managementansatzes	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Faire Arbeitsbedingungen und Sozialpartnerschaft</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Achtung von Menschenrechten</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Globale Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Menschenrechte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Menschenrechte ▶ Seite 45</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Grundsätze zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft</p> <p>amfori BSCI Code of Conduct</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 414: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016		
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Achtung von Menschenrechten</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Globale Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette und Lieferantenentwicklung</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Soziale Kriterien bilden ein allgemeines Vertragsselement (Paragraph über Sozialstandards) in allen Eigenmarken- und Markenverträgen sowie durch unseren Code of Conduct.</p> <p>Ein aktives Screening für Eigenmarken-Lieferanten erfolgt automatisch während des Einstiegs in unseren Sozialstandardprozess, da die Einhaltung sozialer Kriterien eine Voraussetzung dafür ist, um ein neuer Lieferant zu werden, aber neue Lieferanten werden in unserem System nicht als „neu“ gekennzeichnet.</p>

Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – KPIs für Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Arbeitssicherheit in Zeiten von Covid-19</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – KPIs für Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Arbeitssicherheit in Zeiten von Covid-19</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Wir berichten über 23 Länder. Wir sammeln keine Informationen auf der Grundlage des Geschlechts der Mitarbeiter. Wir berechnen keine Abwesenheitsquote, da dieses Thema nicht mit der Sicherheit, sondern mit Human Resources zusammenhängt.</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – KPIs für Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Arbeitssicherheit in Zeiten von Covid-19</p> <p>CRR: UNGC – Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63</p>

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	
403-1 Management- system für Arbeits- sicherheit und Gesundheits- schutz	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz werden verwaltet und koordiniert:</p> <ul style="list-style-type: none"> — auf Unternehmensebene durch die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die Abteilung für Unternehmenssicherheit, Sicherheit und Forensik — auf Länderebene durch die Sicherheitsverantwortlichen der Länder und Regionen. Jeder Standort hat einen Sicherheitsverantwortlichen ernannt. Darüber hinaus werden in einigen Ländern externe Sicherheitsexperten eingestellt. <p>Eine kontinuierliche Verbesserung wird durch eine jährliche OSMS-Lückenanalyse erreicht. Diese führt zur Entwicklung eines Aktionsplans zur Verbesserung des OSMS.</p>
403-2 Gefahren- identifizierung, Risiko- bewertung und Untersuchung von Vorfällen	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Die Verfahren zur Ermittlung von Gefahren, zur Risikobewertung und zur Untersuchung von Vorfällen sind in der OSMS-Richtlinie und im OSMS-Handbuch festgelegt.</p> <p>Menschenrechte - Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz - Sicherheit steht immer an erster Stelle</p>
403-3 Arbeits- medizinische Dienste	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Für METRO AG und andere Konzerngesellschaften in Deutschland ist ein betriebsärztlicher Dienst gemäß § 1 ASiG bestellt. Eine Fachärztin für Arbeits- und Allgemeinmedizin ist als Betriebsärztin tätig. Zu den arbeitsmedizinischen Diensten gehören die Pflichtvorsorgen zur Reisemedizin, Blutzucker- und Blutdruckmessung zur Diabetes-Früherkennung, Beratung zur Ernährungsmedizin, G37 Untersuchung der Augen, Ergonomieberatung am Arbeitsplatz und eine psychologische Sprechstunde. Alle Mitarbeiter der o.g. Gesellschaften haben über das interne soziale Netzwerk Zugriff auf die Beschreibung der Dienste. Ein Besuch des Betriebsarztes steht allen genannten Mitarbeitern während der Arbeitszeit offen. Der betriebsärztliche Dienst begleitet die Gefährdungsbeurteilungen und Begehungen der Arbeitsplätze und Arbeitsstätten, um Gefährdungen der Arbeits- und Umweltbedingungen zu beseitigen, auszuschließen oder zu reduzieren. Ähnliche Dienste werden auch in den METRO Landesgesellschaften angeboten. Zur Anschaffung von gesundheitsbedingt besonderen Büromöbeln oder Arbeitsmitteln ist es notwendig, dass Mitarbeiter Atteste oder Rechnungen für notwendige Ausstattung offenlegen. Die Vertraulichkeit wird gewährleistet, indem diese Daten nur einem bestimmten Personenkreis zur Prüfung übermittelt werden. Der Betriebsarzt unterliegt der ärztlichen Schweigepflicht.</p>
403-4 Mitarbeiter- beteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeits- sicherheit und Gesundheits- schutz	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Menschenrechte - Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz - Sicherheit steht immer an erster Stelle</p>
403-5 Mitarbeiter- schulungen zu Arbeits- sicherheit und Gesundheits- schutz	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Menschenrechte - Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz - Sicherheit steht immer an erster Stelle</p>
403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Wohlbefinden</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Allen interessierten Beschäftigten in allen METRO Landes- sowie Konzerngesellschaften wurden als freiwillige Dienstleistung Gripeschutzimpfungen und Covid-19 Impfungen über die betriebsärztlichen Dienste angeboten. Darüber hinaus bietet METRO AG inkl. METRO Digital, METRO Advertising, METRO PROPERITES, METRO Markets und MIB den Zugang zu einem sog. Employee Assistant Program, über das Beschäftigte z.B. einen schnelleren Zugang zu Fachärzten erhalten können.</p>

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21										
403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	Zusätzliche Informationen: Menschenrechte - Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz - Sicherheit steht immer an erster Stelle										
403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	<p>CRR: Kennzahlen und Ziele - Menschenrechte - LTIFR ▶ Seite 22</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange - KPIs für Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit</p> <p>Zusätzliche Informationen²:</p> <p>Wir erfassen die folgenden Arten von Verletzungen: Todesfälle, Fälle von verlorenen Arbeitstagen (LWDC), Fälle von medizinischer Behandlung (MTC), Fälle von eingeschränkter Arbeit (RWC), Fälle von Erster Hilfe (FA). Außerdem erfassen wir Wegeunfälle und Beinaheunfälle, die nicht in der LTIFR enthalten sind. Wir berechnen die folgenden Indikatoren: LTI (Lost Time Injury) und LTIFR (Lost Time Injury Frequency Rate), denn dies sind für METRO die steuerungswesentlichen Indikatoren. Die weiter nach GRI 403-9 geforderten Indikatoren werden daher nicht erfasst. Wir stellen Informationen über alle Mitarbeiter zur Verfügung, ohne Ausnahme. Während des Berichtszeitraums gab es eine einstellige Zahl von Verletzungen mit hohem Schweregrad. Die Hauptursachen für die Hälfte der Fälle waren Unachtsamkeit der Mitarbeiter bei der Arbeit mit beweglichen Arbeitsmitteln, der Rest resultierte aus falschen Bewegungen bei der manuellen Handhabung von Lasten und der Organisation des Arbeitsplatzes. In allen Fällen ist der Faktor Mensch beteiligt, der gemäß der Kontrollhierarchie administrative Kontrollen erfordert, z. B. die Änderung der Arbeitsweise und die regelmäßige Überprüfung der Sicherheitsausrüstung, die Durchführung von Schulungen, die Änderung des Arbeitsrhythmus des Personals und die Erteilung entsprechender Anweisungen an das Personal.</p> <p>METRO LTIFR FY 20/21:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Arbeitsstunden¹</th> <th>Todesfälle</th> <th>LWDC</th> <th>LTI = Todesfälle+LWDC</th> <th>LTIFR = (LTI/Arbeitsstunden) x 1.000.000</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>140.039.245,62</td> <td>0</td> <td>988</td> <td>988</td> <td>7,06</td> </tr> </tbody> </table> <p>¹ Für Mitarbeiter des Unternehmens: die Gesamtzahl der in dem Zeitraum geleisteten Arbeitsstunden einschließlich Überstunden und Fortbildung. Für Beschäftigte von Auftragnehmern: die Gesamtzahl der während des Zeitraums für das Unternehmen geleisteten Arbeitsstunden.</p> <p>² Die im folgenden dargestellten zusätzlichen Informationen zu 403-9 wurden nicht der betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 mit begrenzter Sicherheit durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft unterzogen.</p> <p>Menschenrechte - Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz - Sicherheit steht immer an erster Stelle</p>	Arbeitsstunden ¹	Todesfälle	LWDC	LTI = Todesfälle+LWDC	LTIFR = (LTI/Arbeitsstunden) x 1.000.000	140.039.245,62	0	988	988	7,06
Arbeitsstunden ¹	Todesfälle	LWDC	LTI = Todesfälle+LWDC	LTIFR = (LTI/Arbeitsstunden) x 1.000.000							
140.039.245,62	0	988	988	7,06							

Verpackung und Plastik

GRI Indikator	Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Verpackung und Plastik ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Verpackung und Plastik ▶ Seite 45</p> <p>CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	CRR: Managementansatz ▶ Seite 9 CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Verpackung und Plastik ▶ Seite 10 CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Verpackung und Plastik ▶ Seite 45 CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	CRR: Managementansatz ▶ Seite 9 CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Verpackung und Plastik ▶ Seite 10 CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Verpackung und Plastik ▶ Seite 45 CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68
GRI 301: Materialien 2016		
301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	CRR: Kennzahlen - Klimaschutz - Abfallaufkommen und Recyclingquote ▶ Seite 21 Zusätzliche Informationen: Kennzahlen - Verpackung und Plastik - METRO Sustainable (metroag.de)

Ressourceneffizienter Geschäftsbetrieb

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7 CRR: Managementansatz ▶ Seite 9 CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Klimaschutz ▶ Seite 10 CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Klimaschutz ▶ Seite 46 CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Klimaschutz ▶ Seite 10 CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Klimaschutz ▶ Seite 46 CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Umweltbelange CRR: Unsere Schwerpunktthemen - Klimaschutz ▶ Seite 10 CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Klimaschutz ▶ Seite 46 CRR: UNGC - Umweltschutz ▶ Seite 68

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 302: Energie 2016		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<p>CRR: Kennzahlen – Klimaschutz – Gesamtenergieverbrauch ▶ Seite 18</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Wir verkaufen keine nennenswerten Energiemengen an Dritte. Der Verbrauch der einzelnen Energieträger wird mit Hilfe von Standardfaktoren in MWh umgerechnet. Der Gesamtverbrauch an Brennstoffen aus erneuerbaren Quellen innerhalb der Organisation beläuft sich auf 17.000 MWh von METRO Frankreich für Biogas.</p>

Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltiges Sortiment

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange</p> <p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>CRR: Managementansatz ▶ Seite 9</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Klimaschutz ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Alternative Proteine ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Rohstoffbeschaffung ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klimaschutz ▶ Seite 46</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 40</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Alternative Proteine ▶ Seite 39</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Rohstoffbeschaffung ▶ Seite 40</p> <p>CRR: UNGC – Umweltschutz ▶ Seite 68</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Klimaschutz ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Alternative Proteine ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Rohstoffbeschaffung ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klimaschutz ▶ Seite 46</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 40</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Alternative Proteine ▶ Seite 39</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Rohstoffbeschaffung ▶ Seite 40</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Gesunde und nährstoffreiche Produkte</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Klimaschutz ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Alternative Proteine ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Unsere Schwerpunktthemen – Rohstoffbeschaffung ▶ Seite 10</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klimaschutz ▶ Seite 46</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Bioprodukte und nachhaltige Produkte ▶ Seite 40</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Alternative Proteine ▶ Seite 39</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Rohstoffbeschaffung ▶ Seite 40</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Gesunde und nährstoffreiche Produkte</p>
Leistungs-indikator	Rohstoffspezifische Richtlinien- und Reportingschulungen von Mitarbeitern der METRO Organisation	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment

Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitern

GRI Indikator		Link/Kommentar 2020/21
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 ▶ Seite 7</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange
GRI 401: Beschäftigung 2016		
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	<p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Neue Mitarbeiter nach Geschlecht ▶ Seite 32</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Neue Mitarbeiter nach Altersgruppen ▶ Seite 32</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Fluktuation nach Geschlecht ▶ Seite 27</p> <p>CRR: Kennzahlen – Vielfalt und Inklusion – Fluktuation nach Alter ▶ Seite 27</p>

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

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

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

Düsseldorf, im Dezember 2021



United Nations Global Compact Fortschrittsmitteilung 2020/21

In den folgenden Tabellen führen wir beispielhaft Verpflichtungen und Managementsysteme auf, die der Einhaltung der 10 Prinzipien dienen, Maßnahmen, die wir ergriffen haben, und Ergebnisse, die wir im Berichtszeitraum 2020/21 erzielen konnten.

- Menschenrechte und Arbeitsnormen ▶ Seite 63
- Umweltschutz ▶ Seite 68
- Korruptionsbekämpfung ▶ Seite 71

Menschenrechte und Arbeitsnormen

PRINZIP 1: Unterstützung der Menschenrechte

PRINZIP 2: Ausschluss von Menschenrechtsverletzungen

PRINZIP 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

PRINZIP 4: Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit

PRINZIP 5: Abschaffung der Kinderarbeit

PRINZIP 6: Beseitigung von Diskriminierung

Verpflichtungen und Managementsysteme

- Kernarbeitsnormen der ILO (International Labour Organization), verankert in verschiedensten Unternehmensleitlinien
- OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, verankert in verschiedensten Unternehmensleitlinien
- Internationale Standards entlang der Lieferkette (amfori BSCI, Sedex SMETA, RSPO etc.)
- METRO Geschäftsgrundsätze
- METRO Verhaltenskodex für Geschäftspartner
- METRO Grundsätze für Menschenrechte im eigenen Geschäftsbetrieb sowie in der Lieferkette
- METRO Antidiskriminierungsgrundsatz
- Sozialstandardrichtlinie für alle mit Blick auf Menschenrechtsverletzungen risikobehaftete Eigenmarkenlieferanten
- Sozialstandardklausel in Lieferantenverträgen
- Abkommen über Brandschutz und Gebäudesicherheit in Bangladesch
- METRO Leitlinien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft
- The Consumer Goods Forum Resolution on Forced Labour
- The Consumer Goods Forum Resolution on Health & Wellness

Maßnahmen 2020/21

- Fortlaufende Auditierung von Non-Food, Near-Food sowie Food Produzenten entsprechend Amfori Business Social Compliance Initiative (Amfori BSCI), Sedex-Audit nach SMETA oder äquivalenten Sozialstandardsystemen. Das gilt entsprechend einem Risikoansatz für alle Produzenten bestimmter typischerweise menschenrechtskritischer Lebensmittelkategorien- und industrien sowie Produzenten in definierten Risikoländern (basierend auf der Bewertung der Amfori BSCI), in denen METRO SOURCING International (MSI) und METRO Food Sourcing (MFS) Importware herstellen lassen, sowie für alle o. g. risikobehafteten Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken- oder Eigenimportartikel herstellen. Die Landesgesellschaften werden im Roll-out für Near-Food und Food-Lieferanten (gültig seit 1.Juni 2019) geschult und schrittweise in den Prozess eingegliedert.
- Schulungen von Lieferanten zwecks Sensibilisierung von Themen, die besonders mit der Covid-19-Pandemie einhergehen, insbesondere verschärfte Hygieneregeln und potenzielle Menschenrechtsverstöße wie etwa das Risiko unregelter Mehrarbeit als Folgeerscheinung der teils schweren wirtschaftlichen Einbußen. Gleichzeitig werden so auch in weiten Teilen ausgefallene Amfori-BSCI- und Sedex-Audits ausgeglichen und damit Sorgfaltspflicht nachgekommen, der Achtung von Menschenrechten auch ohne Audits Gewicht zu verleihen.
- Durchführung einer ersten Umfrage speziell zum Thema existenzsicherndes Einkommen durch METRO SOURCING International (MSI).
- In Ergänzung zu dem Schwerpunkt auf soziale Themen hat MSI im Geschäftsjahr begonnen, seine Produzenten mit einem Selbsteinschätzungsfragebogen zur Einhaltung von Umweltauforderungen zu prüfen.
- Im Laufe des Geschäftsjahres wurde die technische Umsetzung dafür entwickelt, den Verhaltenskodex als „Mindestanforderung“ zu definieren und als Pflichtdokument in dem neuen METRO Lieferantenportal zu integrieren. Nach Live-Schaltung der Funktion wird dieser dort für alle Lieferanten, die mit METRO in Geschäftsbeziehung stehen, zur Kenntnisnahme beziehungsweise Zustimmung aufgerufen werden.
- Einbettung des Kriterienkatalog für unseren Sozialstandardprozess in das Food-Eigenmarkenhandbuch der Einkaufsgesellschaft European Food Sourcing (EFS). Damit Stärkung des Prozesses, dass ab Inkrafttreten des Handbuchs (1.Oktober 2021) bereits bei Ausschreibung alle Anforderungen zum Nachweis von Menschenrechtskonformität gestellt sind. Bei Listung müssen die entsprechenden Dokumente vorliegen.
- METRO ist Zeichner des neuen Internationalen Abkommen über Brandschutz und Gebäudesicherheit in Bangladesch
- Seit dem Geschäftsjahr 2019/20 haben wir unser Prüfverfahren zur Einhaltung der Leitlinien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft (FCW & SP) in den METRO Gesellschaften auf Grund von Covid-19 umgestellt. Umfragen zu den Grundsätzen für faire Arbeitsbedingungen und Sozialpartnerschaft (FCW & SP) werden online durchgeführt. Ziel ist es, den aktuellen Stand der Umsetzung der FCW & SP-Grundsätze in wichtigen Einheiten zu bewerten und Empfehlungen zur Verbesserung des FCW & SP-Prozesses zu geben. .
- Entfaltung diverser Arbeitssicherheitsmaßnahmen

■ Die farbliche Markierung verdeutlicht die Zusammengehörigkeit der jeweiligen Maßnahmen und Leistungen

Maßnahmen mit dieser Kennzeichnung haben keine direkt zugeordnete Leistung angegeben

- Diverse Veranstaltungen des Mitarbeiternetzwerks Women in Trade (WiT), die dazu beitragen sollen, den Anteil von Frauen in Führungspositionen nachhaltig zu steigern, den internen und externen Dialog zu fördern und bessere Rahmenbedingungen für Frauen im Konzern zu schaffen. 5 WiT Landesnetzwerke sind in Frankreich, Portugal, Pakistan, Deutschland und Bulgarien aktiv. Die Anzahl der Netzwerkmitglieder am Standort Düsseldorf beträgt mittlerweile rund 500 Mitglieder.
- 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.
- Das Mitarbeiternetzwerk METRO PRIDE für Lesben, Schwule, Bisexuelle, Trans- und Intersexuelle hat das Ziel, stärker auf die Themen sexuelle Orientierung und Identität aufmerksam zu machen. Im Geschäftsjahr engagierte sich das Netzwerk u. a. in diversen kommunikativen Initiativen, um zur internen Verbreitung von METRO's internationaler LGBTIQ+ Strategie sowie breiterem Bewusstsein und Sichtbarkeit zu dem Thema beizutragen.
- Engagement im LEAD (Leading Executives Advancing Diversity) Netzwerk, in dem METRO seit 2016 Mitglied ist. Das gemeinnützige Netzwerk auf europäischer Ebene setzt sich dafür ein, mehr Frauen im Handel und in der Konsumgüterindustrie zu beschäftigen und sie in ihrer Karriere zu fördern, um den Anteil von Frauen in Führungspositionen in diesen Branchen zu erhöhen.
- METRO bietet allen Mitarbeitern ein eTraining zum Thema "Vielfalt + Inklusion" an. Ziel des Trainings ist die Sicherstellung eines gemeinsamen Verständnisses von Vielfalt + Inklusion im Allgemeinen und bei METRO. Darüber hinaus zeigt das eTraining die Bedeutung des Themas im geschäftlichen Umfeld innerhalb der METRO auf.
- METRO AG veranstaltet anlässlich des Deutschen Tags der Vielfalt eine virtuelle Konferenz mit weiteren 15 Unternehmen aus der Region Rhein-Ruhr.
- National wie international pflegt METRO den stetigen Austausch mit Betriebsräten und Gewerkschaften. Einmal im Jahr finden Plenarsitzungen mit einer Schulungsveranstaltung für alle Arbeitnehmervertreter des Euro-Forums und bis zu dreimal pro Jahr mit dem Lenkungsausschuss des METRO Euro Forum, unserem Europäischen Betriebsrat und Vertretern des Managements statt. Außerdem findet ein regelmäßiger sozialer Dialog mit der internationalen Gewerkschaftsorganisation UNI Global Commerce auf weltweiter Ebene statt, bei dem u. a. das Engagement für faire Arbeitsbedingungen und Sozialpartnerschaft erörtert wird.

Leistungen 2020/21

- Zum 30. September 2021 haben 569 von 717 aktiven Eigenmarken Non-Food-Produzenten und 58 von 165 entsprechenden Food-/Near-Food-Produzenten den Auditierungsprozess durchlaufen. Davon haben 100 % (569) der Non-Food-Produzenten und 98 % (57) der Food-/Near-Food-Produzenten das Audit bestanden.
- Über MSI wurden im Berichtsjahr 120 Produzenten mit 144 Teilnehmern aus 12 Lieferländern zum Thema Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen geschult.
- Knapp 50 % der ca. 1.000 angeschriebenen Lieferanten haben die Umfrage beantwortet. Nächste Schritte werden Trainings mit Fokus auch auf dieses Thema sein.
- 13 % der bei amfori BSCI gelisteten Produzenten der MSI haben den Selbsteinschätzungsfragebogen zur Einhaltung von Umweltauflagen beantwortet.
- Sukzessive werden die operativen Einheiten auf das neue Portal aufgeschaltet, die neue Funktion im Geschäftsjahr 2021/22 freigeschaltet und damit schrittweise immer mehr Lieferanten einbezogen.
- Mit Stand 30. September 2021 haben die im Abkommen über Brandschutz und Gebäudesicherheit in Bangladesch gemeldeten Fabriken, die für METRO SOURCING International und/oder METRO Landesgesellschaften produzieren, 97 % ihrer Punkte zur Verbesserung abgeschlossen. Darunter sind Punkte zu verstehen, dass etwa Rauchmelder nicht mit Feuermeldern zusammengeschaltet oder am Kabelkanal montierte Schutzschalter nicht geschützt sind.
- Im Geschäftsjahr 2020/2021 haben wir FWC & SP unserem Risk Governance Process hinzugefügt. Es haben keine Prüfungen stattgefunden.
- Im Berichtsjahr 2020/21 haben wir das auf den Grundsätzen der ISO 45001 basierende und im Geschäftsjahr 2020 aufbereitete System für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz Occupational health and safety management system (OSMS) konzernweit für METRO etabliert.
- Um die Arbeitssicherheit aller Mitarbeiter insbesondere während der Covid-19-Pandemie zu gewährleisten, wurden umfangreiche organisatorische Maßnahmen implementiert. Diese beinhalten u. a.:
 - Optimierung des Flexible-Work-Angebots
 - Reisebeschränkungen und
 - Sicherheits- und Hygienemaßnahmen in den Zentralen, Märkten und Lagerstandorten in den METRO Gesellschaften
- 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 %. Mit Ende des Geschäftsjahres 2020/21 liegt der Anteil von Frauen in der 1. Führungsebene unterhalb des Vorstands bei 18,8 % und bei 31,3 % in der 2. Führungsebene unterhalb des Vorstands. Darüber hinaus haben wir uns 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. Marktleitung) weltweit 30 % betragen. Zum Ende des Geschäftsjahres 2020/21 liegt der Frauenanteil in Führungspositionen in den Ebenen 1 bis 3 (inkl. Marktleiter) bei 25,2 %. Zudem soll nach der Zielsetzung des Aufsichtsrats bis Juni 2022 mindestens 1 Frau dem Vorstand der METRO AG angehören. Andrea Euenheim wurde zum 1. November 2019 als neue Arbeitsdirektorin in den Vorstand der METRO AG berufen. Die METRO AG erreichte somit das vom Aufsichtsrat gesetzte Ziel bereits 2019.

- Diverse Aktivitäten des Mitarbeiternetzwerks WiT
 - Monatliche digitale Lunch & Learn Meetings mit bis zu 20 Teilnehmerinnen
 - 12 Teilnehmer am Training „Die Marke ICH“
 - 10 Teilnehmer an der virtuellen Konferenz Emotion Women’s Days
- Diverse Aktivitäten des Mitarbeiternetzwerks METRO PRIDE
 - Pilot LGBTIQ+ Training mit Regional Managern international, um für das Thema mehr Bewusstsein zu schaffen
 - Durchführung eines Pride Monats: tägliche Pride Ambassador Videos auf METROs interner Kommunikationsplattform United
 - Veröffentlichung von Infografiken und einer Broschüre über LGBTIQ+ Publikation PROUTPERFORMER Deutschland listet diverse Mitarbeiter des METRO Konzern auf (PROUT Executive Allies und PROUT Voices)
 - Teilnahme an der LGBTIQ+ Jobmesse Sticks & Stones (METRO AG, METRO Digital, METRO Markets und Hospitality Digital)
 - Entwicklung einer globalen LGBTIQ+ Strategie
 - 1. METRO Pride Netzwerk international: Im Berichtsjahr 2020/21 wurde das METRO Pride Netzwerk bei METRO Services in Indien gestartet
 - Durchführung des LGBTIQ+ Audits für die METRO AG und die Erreichung der Gold Status
- Im Geschäftsjahr 2020/2021 hat die METRO ihre Partnerschaft beim LEAD Network erweitert. Seit diesem Geschäftsjahr ist die METRO Foundation Partner und zeigt damit die Wichtigkeit und das eigene Bestreben, die Gleichstellung der Geschlechter und die Inklusion im Handel und der Konsumgüterindustrie voranzutreiben.
- Im Geschäftsjahr 2020/21 haben 372 Teilnehmer an einem Training zum Thema “Vielfalt + Inklusion“ teilgenommen und 169 davon haben alle Fragen des Training-Fragebogens richtig beantwortet.

Umweltschutz

PRINZIP 7: Vorsorgender Umweltschutz

PRINZIP 8: Förderung einer größeren Verantwortung gegenüber der Umwelt

PRINZIP 9: Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

Verpflichtungen und Managementsysteme

- Einkaufspolitik für nachhaltige Beschaffung, daneben spezifische Einkaufsleitlinien zu Fisch und Meeresfrüchte, Fleisch, Tierschutz, Eiern aus käfigfreier Haltung, Palmöl, Papier und Holz, Soja, Verpackungen und Einwegplastik
- Nutzung Internationale Standards entlang der Lieferkette (GlobalG.A.P., IFS)
- METRO Umweltsleitlinie
- METRO Wasserrichtlinie
- Energiemanagementsysteme nach ISO 50001
- METRO Klimaschutzziel: Reduzierung der Treibhausgasemissionen ihrer Scope-1- und Scope-2-CO₂ Emissionen um 60 % pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche bis 2030 gegenüber 2011 sowie der absoluten Scope-3- CO₂-Emissionen um 15 % bis 2030 gegenüber 2018. Operative Klimaneutralität bis 2040 im eigenen, weltweiten Geschäftsbetrieb zum überwiegenden Teil durch eigene Anstrengungen.
- Dienstwagenrichtlinie mit Anreizsystem für treibstoffärmere Fahrzeuge
- „EV100“(electric vehicle joining commitment) Verpflichtung
- The Consumer Goods Forum Resolution on Deforestation
- The Consumer Goods Forum Resolution on Sustainable Refrigeration
- The Consumer Goods Forum Resolution on Food Waste
- World Resource Institute 10x20x30 Verpflichtung
- Mitgliedschaft im Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- Mitgliedschaft in der Palm Oil Transparency Coalition (POTC)
- Mitgliedschaft im Round Table on Responsible Soy (RTRS)
- Mitgliedschaft in der Retailer Cocoa Coalition
- Mitgliedschaft in der Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI)
- Mitgliedschaft in der Global Tuna Alliance (GTA)
- Unterzeichnung der Tuna 2020 Traceability Declaration
- Unterzeichnung des Cerrado Manifesto Statement of Support
- Unterzeichnung des Ellen MacArthur New Plastics Economy Global Commitment

Maßnahmen 2020/21

- Umsetzung der allgemeinen Einkaufspolitik für nachhaltige Beschaffung sowie der spezifischen Einkaufsleitlinien für Fisch und Meeresfrüchte, Eier aus käfigfreier Haltung, Palmöl, Papier und Holz, Soja, Verpackungen und Einwegplastik sowie daraus resultierendes Angebot an zertifizierten Produkten bzw. Produkten mit gesteigerten Nachhaltigkeitsleistungen. Während des Berichtszeitraums traten konzernweit neue Richtlinien zu Fleisch und Tierschutz in Kraft. Die Richtlinien zu Einwegplastik und Eiern aus käfigfreier Haltung, unsere Gesundheits- und Ernährungsrichtlinie sowie die Verpackungsziele von METRO wurden aktualisiert.
- Maßnahmen zur Verhaltensänderung (Energy Awareness Programme), Investitionen in Energieeffizienz und erneuerbare Energien (Energy-Saving Programme) und Umstellung Kälteanlagen auf natürliche Kältemittel (F-Gas Exit Programme)
- Rezertifizierung und jährliche Überprüfung von Standorten nach Energiemanagementsystem ISO 50001 sowie Umweltmanagementsystem ISO 14001
- Engagement mit diversen Stakeholdern zur Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung
- Rückgewinnung von Ressourcen durch Recycling
- Transparente öffentliche Berichterstattung zu Klimawandel, Wasser und Wald über CDP Climate, CDP Water und CDP Forest
- Mitarbeit in den Gremien Global Tuna Alliance (GTA) und Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI)
- Mitarbeit bei Piloten des Biodiversity Guidance Navigation Tool (begleitend zum Natural Capital Protocol) in Kooperation mit der Cambridge Conservation Initiative (CCI) und der Capitals Coalition

Leistungen 2020/21

- Erweiterung der Rückverfolgbarkeitslösung um neue Lieferanten und vorbereitende Maßnahmen zur Erstreckung der Lösung auf weitere Produktkategorien, wie z.B. Obst und Gemüse und Mehl. Einsatz der technischen Lösung für eine dynamische Preisanpassung in Abhängigkeit zum Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) mit dem Ziel der Reduzierung von Lebensmittelabfällen im Rahmen eines Piloten. Darüber hinaus Unterstützung der Inhouse-Produktion durch MHD bzw. losbezogenen Produktionsmengenkontrolle.
- Stärkung lokaler Lieferanten und Vermarktung von nachhaltigeren Produkten, etwa verbesserten Verpackungs- und Bioprodukten z. B. in METRO Tschechien und METRO Deutschland durch Kommunikationskampagnen
- Treibhausgasemissionen pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um 37,3 % gegenüber 2011 reduziert
- Treibhausgasemissionen aus Kältemittelverlusten pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um 29,5 % gegenüber 2011 reduziert
- Stromverbrauch pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um 39,3 % gegenüber 2011 reduziert
- Investitionen von 4,0 Mio. € im Geschäftsjahr 2020/21 im Rahmen des Energy Saving Programms. Damit sparen wir künftig jährlich ca. 1,0 Mio. € an Energiekosten ein

Die farbliche Markierung verdeutlicht die Zusammengehörigkeit der jeweiligen Maßnahmen und Leistungen

Maßnahmen mit dieser Kennzeichnung haben keine direkt zugeordnete Leistung angegeben

- Investitionen von 31,8 Mio. € im Geschäftsjahr 2020/21 im Rahmen des F-Gas Exit Programms für den Austausch von Kälteanlagen mit klimaschädlichen Kältemitteln
- Installation von 14 weiteren Photovoltaikanlagen in Frankreich, Indien, Italien, Pakistan, Spanien und Ungarn, mit einer zusätzlichen Kapazität von insgesamt 2.976 kWp.
- Einrichtung von 557 Ladestationen für Elektrofahrzeuge für METRO Kunden. Am Campus Düsseldorf nutzen bereits 300 Mitarbeiter Elektrofahrzeuge als Dienstwagen, deren Emissionen über Zertifikate für Wasserkraftwerke kompensiert werden.
- Zertifizierung aller METRO Standorte in Frankreich im Geschäftsjahr 2020/21 nach dem Energiemanagementsysteme ISO 50001.
- Zertifizierung des Ukraine Markts in Kiev (Stepana Bandery Avenue) nach dem Umweltmanagementsystem ISO 14001.
- In 22 Ländern arbeiten wir mit Tafelorganisationen zusammen, um nicht verkaufte Lebensmittel an Bedürftige weiterzugeben. In 10 Ländern arbeiten wir zu dem Zweck mit TooGoodToGo zusammen, auch als Lösung für unsere Kunden. Bisher wurden dadurch mehr als 180.000 Mahlzeiten „gerettet“, was einer Einsparung von 450 Tonnen CO₂ entspricht..
- METRO ist Mitglied der „10x20x30“-Initiative des World Resources Institute (WRI), die die 10 größten Lebensmitteleinzelhändler der Welt auffordert, mindestens 20 ihrer Lieferanten zu verpflichten, ihre Lebensmittelabfälle bis 2030 zu halbieren, in Übereinstimmung mit Ziel 12.3 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Die METRO AG und METRO Türkei haben gemeinsam bereits mehr als 30 Lieferanten engagiert.
- Wir arbeiten mit verschiedenen technischen Lösungen, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren, je nach Verfügbarkeit und Bedarf. In der Türkei analysieren wir mit Whole Surplus Hotspots und Entsorgungswege von Lebensmittelabfällen. In Polen führen wir ein Wasteless-Pilotprojekt durch, bei dem wir eine durch künstliche Intelligenz (KI) gestützte Technologie zur Preisfindung für verderbliche Ware einsetzen, um Lebensmittelabfälle in unseren Märkten zu reduzieren.
- METRO Ukraine kooperiert zum Kunststoffrecycling mit einem örtlichen Abfallverwertungsunternehmen und Sozialpartner: Mit der YAPOMOGABOX 3.0 können Kunden für eine gemeinnützige Einrichtung ihrer Wahl spenden, indem sie die zu recycelnden Plastikflaschen in einen Automaten geben.
- Kundeninformation zum Recycling und Umweltfreundlichkeit der Eigenmarkenverpackungen. Eigens entwickelte Icons stellen dar, ob die Verpackung aus recyceltem, zertifiziertem oder abbaubarem Material besteht.
- Veröffentlichung des CDP Climate Fragebogens von METRO auf ihrer Webseite inkl. TCFD Matrix.
- Wasserverbrauch pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche um -15,9 % gegenüber 2011, im Vergleich zum Vorjahr um -1,3 % reduziert
- Mitarbeit an der Veröffentlichung des GDST (Global Dialogue on Seafood Traceability) Rückverfolgbarkeitsstandards 1.0
- Panelteilnahme an diversen internationalen Konferenzen zum Thema 2025 Pledge towards Sustainable Tuna (25PST) und Transparenz in der Lieferkette

Korruptionsbekämpfung

PRINZIP 10: Maßnahmen gegen Korruption

Verpflichtungen und Managementsysteme

- OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, verankert in verschiedensten Unternehmensleitlinien
- Compliance Management System nach dem Prüfungsstandard 980 des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW PS980)
- METRO Geschäftsgrundsätze
- METRO Antikorruptionsrichtlinie
- METRO Beraterrichtlinie
- Digitaler Due Diligence Prozess für Geschäftspartner (risikobasiert)

Maßnahmen 2020/21

- Compliance-Kommunikation in unterschiedlichen – internen wie externen – Formaten zur Information der Mitarbeiter sowie konzernfremder Dritter einschließlich der Social-Network-Plattform von METRO
- Fortlaufende Implementierung der Antikorruptionsrichtlinie im day-to-day Business
- IT-Tool (CDDS – Compliance Due Diligence Solution) zur digitalen Geschäftspartnerprüfung konzernweit ausgerollt und vollständig implementiert. Für Geschäftspartner mit hohem Risiko ist eine vertiefte Due Diligence Prüfung vorgesehen, die die Prüfung externer Datenbanken einschließt.
- Mitgliedschaft und Mitwirkung in der Allianz für Integrität, einer Antikorruptionsinitiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie des United-Nations-Global-Compact-Netzwerks

Leistungen 2020/21

- Beispiele für interne Kommunikationsmaßnahmen:
 - Compliance Schulungen zu Antikorruption in verschiedenen Gesellschaften in Zentralfunktionen sowie im Vertrieb, teils als E-Training
 - Compliance-Talks
 - Compliance-Präsenz im Social Network von METRO
 - Kommunikationskampagne zum Thema Speak-up (zB "Inspirierendes Compliance Video")
 - Tones from the top in verschiedenen Gesellschaften zu Inhalten der Antikorruptionsrichtlinie (zB der Annahme von Geschenken)

■ Die farbliche Markierung verdeutlicht die Zusammengehörigkeit der jeweiligen Maßnahmen und Leistungen

Maßnahmen mit dieser Kennzeichnung haben keine direkt zugeordnete Leistung angegeben

- Beispiele für externe Kommunikationsmaßnahmen:
 - Geschäftsgrundsätze auf den Webseiten von METRO – mit Zugang zum Compliance Meldesystem
 - Verhaltenskodex für Geschäftspartner auf den Webseiten von METRO
 - Antikorrptionsklausel gestaffelt nach Risiko des Geschäftspartners in externen Verträgen angewendet
- Compliance Risk-Workshops in verschiedenen Gesellschaften (je nach Risikograd) zur Ermittlung der Korruptionsrisiken und der Einhaltung der Richtlinien
- Workshops, Trainings und Feedbackgespräche , um die Nutzung des digitalen Tools (CDDS) konzernweit sicherzustellen inklusive Durchführung eines Monitorings auf Corporate Ebene über die gemeldeten Fälle zur Nachsteuerung auf Ebene einzelner Gesellschaften

ÜBER DIESEN BERICHT

ÜBER DIESEN BERICHT

Transparente Berichterstattung

Der vorliegende Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2020/21 wurde in Übereinstimmung mit den GRI Standards: Option Kern erstellt. Den GRI Content Index finden Sie [hier](#) ▶ Seite 47.

Berichtszeitraum

Der Berichtszeitraum umfasst das Geschäftsjahr 2020/21 (1. Oktober 2020 bis 30. September 2021). Zur Fortschreibung von Entwicklungen wurden auch Informationen integriert, die sich auf Zeiträume vor 2020/21 beziehen. Zudem wurden aus Gründen der Aktualität Sachverhalte berücksichtigt, die bis Redaktionsschluss (14. Dezember 2021) vorlagen. Der Bezugsrahmen unserer Ziele und Maßnahmen wird jeweils in den entsprechenden Passagen angegeben.

Es wird jährlich über die Nachhaltigkeitsleistung von METRO berichtet – entweder in Form eines Fortschrittsberichts oder in Form des Corporate Responsibility Reports. Für das Geschäftsjahr 2019/20 wurde ein [Corporate Responsibility Report](#) erstellt, der am 14. Dezember 2020 erschien.

Berichtsgrenzen

Der Geltungsbereich der Informationen wurde jeweils in den Texten, Kennzahlen oder Zielen angegeben. Alle angegebenen Darstellungen beziehen sich, soweit nicht ausdrücklich anders beschrieben, auf die fortgeführten Aktivitäten.

United Nations Global Compact

METRO engagiert sich seit 2010 für den [United Nations Global Compact](#) ▶ Seite 62, den weltweiten Pakt zur Förderung universeller Nachhaltigkeitsprinzipien unter dem Dach der Vereinten Nationen. Wir verpflichten uns hiermit, uns auf den Gebieten Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung kontinuierlich zu verbessern. Mit diesem online verfügbaren Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2020/21 kommt METRO der Verpflichtung nach, aufzuzeigen, wie die Leistungen innerhalb dieser Bereiche verbessert werden.

Externe betriebswirtschaftliche Prüfung des CR Reports 2020/21

Wir wollen unser Nachhaltigkeitsmanagement kontinuierlich verbessern. Ein Instrument, um die Glaubwürdigkeit und Transparenz unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung zu unterstreichen, ist die externe Prüfung des Berichts. Die Prüfung der quantitativen und qualitativen Informationen zur nachhaltigen Entwicklung erfolgte im Rahmen der unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 sowie ISAE 3410 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Nicht Gegenstand der Prüfung war die materielle Prüfung von produktbezogenen und dienstleistungsbezogenen Angaben im Bericht sowie von Verweisen auf Internetseiten und externe Dokumentationsquellen sowie zukunftsbezogenen Aussagen. Die Bescheinigung des unabhängigen Prüfers ist unter [Prüfbescheinigung](#) ▶ [Seite 75](#) einsehbar.

Disclaimer

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

Einladung zum Dialog

Der Austausch mit allen Interessengruppen wie Ihnen als Leser ist uns wichtig. Denn so erfahren wir, was Sie von uns erwarten und in welchen Bereichen wir noch besser werden können. Deshalb freuen wir uns über Ihre Fragen und Anregungen zum Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2020/21 und zu unseren Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit.

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

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

An den Vorstand der METRO AG, Düsseldorf

Wir haben die Angaben zu den Nachhaltigkeitsinformationen im Bericht „Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2020/21“ (im Folgenden „Bericht“) der METRO AG, Düsseldorf, (im Folgenden „Gesellschaft“), für den Zeitraum 1. Oktober 2020 bis 30. September 2021, veröffentlicht online unter www.metroag.de/cr-bericht-2020-21, einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

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

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

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

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

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

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

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“ sowie des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3410: „Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), durchgeführt.

Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die einleitend beschriebenen Angaben zu den Nachhaltigkeitsinformationen im Berichtszeitraum vom 1. Oktober 2020 bis 30. September 2021 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unseres Auftrags haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

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

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise hinreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Sicherung der Unabhängigkeit und Qualität des Wirtschaftsprüfers

Bei der Durchführung des Auftrags haben wir die Anforderungen an Unabhängigkeit und Qualitätssicherung aus den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie des IDW-Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1), beachtet.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Angaben zu den Nachhaltigkeitsinformationen im „Corporate Responsibility Fortschrittsbericht 2020/21“ der METRO AG, veröffentlicht unter www.metroag.de/cr-bericht-2020-21, für den Zeitraum vom 1. Oktober 2020 bis 30. September 2021 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungsbeschränkung/AAB-Klausel

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

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

Frankfurt am Main, den 14. Dezember 2021

KPMG AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Glöckner
Wirtschaftsprüfer

Brokof
Wirtschaftsprüferin

IMPRESSUM

Herausgeber

METRO AG
Schlüterstraße 1
40235 Düsseldorf

METRO AG im Internet

www.metroag.de

Corporate Responsibility

Veronika Pountcheva
Sarah Schlegel
Ana Isabel Tamargo
Nina von Radowitz
u.v.m.
cr@metro.de

Online-Design, Konzept und Umsetzung

nexxar GmbH, Wien

Veröffentlicht am 15. Dezember 2021