



HERE WE GO!

SUSTAINABLY

CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT 2021/22

METRO

INHALT

3 METRO SUSTAINABLE

- 4 Vorwort des Vorstands
- 6 Nachhaltigkeitsstrategie
- 7 Wesentlichkeitsanalyse 2021/22
- 9 Managementansatz
- 10 ESG Prioritäten

11 Kennzahlen und Ziele

- 12 Kennzahlen
- 41 Verpflichtungen, Positionen und Ziele

51 GRI

- 52 GRI Standards Content Index

68 Über diesen Bericht

- 69 Über diesen Bericht
- 71 Prüfvermerk zu diesem Bericht

74 Impressum

METRO SUSTAINABLE

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

In diesem Nachhaltigkeitsbericht schauen wir zurück auf ein Geschäftsjahr, das von globalen Umbrüchen geprägt war. Disruption und Unsicherheiten haben neue, herausfordernde Rahmenbedingungen geschaffen, denen wir in unserem Geschäft tagtäglich mit Agilität, Tatkraft und Resilienz begegnet sind. Zugleich blicken wir heute in eine Zukunft, die Mut zum Umdenken erfordert.

Menschen strömten zurück in die Gastronomie, in die Straßen kehrte wieder Leben ein: Das letzte Geschäftsjahr begann mit einer Normalisierung unseres Alltags und sukzessive auch der Lieferketten. Der russische Krieg gegen die Ukraine stellte diese Rückkehr zu globalen Gewohnheiten schlagartig erneut auf die Probe. Die Weltordnung kam ins Wanken – und mit ihr die Beziehungsgeflechte, die unsere Welten zusammenhalten. Zugleich werden die Folgen der Klimaerwärmung auch in unserem Leben spürbarer. Die Parallelität der Krisen bringt Risiken, auch für unser Geschäft, das nicht zuletzt auf robuste Lieferketten baut. Zugleich bringen diese Herausforderungen auch die Chance, Strukturen und Systeme neu zu denken. So können wir gemeinsam neue Antworten entwickeln. Dafür übernehmen wir Verantwortung.



Auf diese Weise können wir das Leben, das wir lieben, in all seiner Vielfalt und mit seinen Gemeinschaften bewahren. Für dieses Leben stehen unsere Kundinnen und Kunden. Für die Zutaten – dafür steht METRO. In diesem Nachhaltigkeitsbericht zeigen wir, wie wir unser Geschäft im Einklang mit unserer Unternehmensstrategie sCore neu denken, um zukunftsfähig zu bleiben. Fokussiert, ambitioniert und orientiert an den Herausforderungen, bei denen wir als Großhändler einen maßgeblichen Unterschied machen können – dafür steht auch die aus sCore abgeleitete ESG-Strategie sowie unsere darin definierten drei Nachhaltigkeitsprioritäten.

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitspriorität **Klima und CO₂** wollen wir unseren CO₂-Ausstoß kontinuierlich senken und zu einem emissionsarmen Lebensmittelsystem beitragen: im eigenen Geschäftsbetrieb, in unserer Logistik sowie in unserem Sortiment. Der Handel mit Ressourcen ist unser Kerngeschäft – und wie gut wir dabei sind, zeigt sich an der Vermeidung von Ressourcenverschwendung entlang der Lieferkette, angefangen bei den natürlichen Rohstoffen bis zum fertigen Lebensmittel und deren Verpackungen. Ressourceneffizienz stärkt unser Geschäft, unterstützt das unserer Kunden und leistet einen entscheidenden Beitrag zum Erhalt unserer Lebensgrundlagen.

Im Zuge unserer Nachhaltigkeitspriorität **Ethisches Verhalten und Vertrauen** sichern wir uns das wichtigste Gut für unser Geschäft: Verlässlichkeit für unsere Kunden. Grundlage dafür sind klare Verpflichtungen: so schaffen wir robuste Lieferketten, die sich effizienter managen lassen. Denn Ausfälle werden verringert, wenn man seine Partner kennt, Produkte bis zum Ursprung zurückverfolgen kann und möglichst immer

sichergestellt ist, dass Sozial- und Umweltstandards eingehalten werden. So können wir unser Zuverlässigkeitsversprechen an unsere Kunden konsequent einlösen.

Zusammensein, Dialog, Vielfalt – bei unseren Kundinnen und Kunden stehen der Mensch und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt. Als Partner unserer Kunden stehen wir an ihrer Seite und setzen alles daran, bestmöglich auf ihre Ansprüche einzugehen. Wie gut wir darin sind – darüber entscheidet das Engagement und die Stärke unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Um unsere Geschäftsziele umzusetzen, ist es essenziell, in die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter zu investieren. Deshalb bilden die Themen **Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden** unsere dritte Nachhaltigkeitspriorität. Denn Mitarbeiter, die sich wertgeschätzt, eingebunden und – im richtigen Moment – unterstützt fühlen, schaffen starke Leistungen und gestalten nachhaltige Beziehungen zu unseren Kunden.

Für das Leben, das wir lieben, stehen unsere Kundinnen und Kunden. Um die Vielfalt, den Genuss und das bunte Treiben, das sie in unsere Gesellschaften bringen, nachhaltig zu bewahren, braucht es Verantwortungsübernahme entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Als Großhändler sind wir zentrales Glied in dieser Kette und nehmen unsere Verantwortung in beide Richtungen wahr: Einerseits setzen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten Standards für einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen. Andererseits geben wir unseren Kunden pragmatische und erprobte Lösungen an die Hand, um ihren Betrieb nachhaltiger und effizienter aufzustellen.

Mit unseren drei Nachhaltigkeitsprioritäten haben wir einen klaren Fahrplan, Ressourcen gezielt einzusparen, verantwortungsvolle Lieferketten zu gestalten und das Wohlbefinden jedes einzelnen METRO-Mitarbeiters zu sichern. So punkten wir für unser Geschäft, schaffen starke Beziehungen zu unseren Kunden und bauen starke Teams, die den Wandel unseres Geschäfts mit Leidenschaft vorantreiben.

Here we go – sustainably!

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

METRO ist ein führendes Unternehmen im Lebensmittelgroßhandel und -vertrieb. Wir streben danach, unsere professionellen HoReCa- und Trader-Kunden noch erfolgreicher zu machen und dies auf verantwortungsvolle Weise mit unserem Nachhaltigkeitsansatz METRO SUSTAINABLE. Wir wollen Veränderung hin zu verantwortungsvollem und nachhaltigem Wirtschaften voranbringen – innerhalb unseres Geschäftsbetriebs, aber vor allem in der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten über unsere Nachfrage und mit unseren Kunden über unser Angebot an Produkten und Dienstleistungen. METRO sieht darin einen wirksamen Hebel zur Bewältigung globaler Herausforderungen und um einen Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung zu leisten. So punkten wir in Sachen nachhaltiges Wirtschaften.

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) Sie bilden den globalen Handlungsrahmen für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Herausforderungen wirtschaftlicher, ökologischer, sozialer und geopolitischer Natur wie die Covid-19 Pandemie, die russische Invasion in die Ukraine, 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 unseres Nachhaltigkeitsansatzes definieren.

Wir arbeiten an der Bewältigung dieser Herausforderungen, indem wir uns auf das Wesentliche fokussieren. Im Zusammenspiel des strategischen Unternehmensansatzes sCore und dem Nachhaltigkeitsansatz METRO SUSTAINABLE verfolgen wir unsere operative Nachhaltigkeitsstrategie, kurz ESG-Strategie. Mit ihr wollen wir sicherstellen, dass wir 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 Partnern und Kunden. Mit unserem Fokus auf den Food-Sektor setzt unsere Nachhaltigkeitsstrategie 3 Nachhaltigkeitsprioritäten fest: Klima und CO₂, Ethisches Verhalten und Vertrauen sowie Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden.

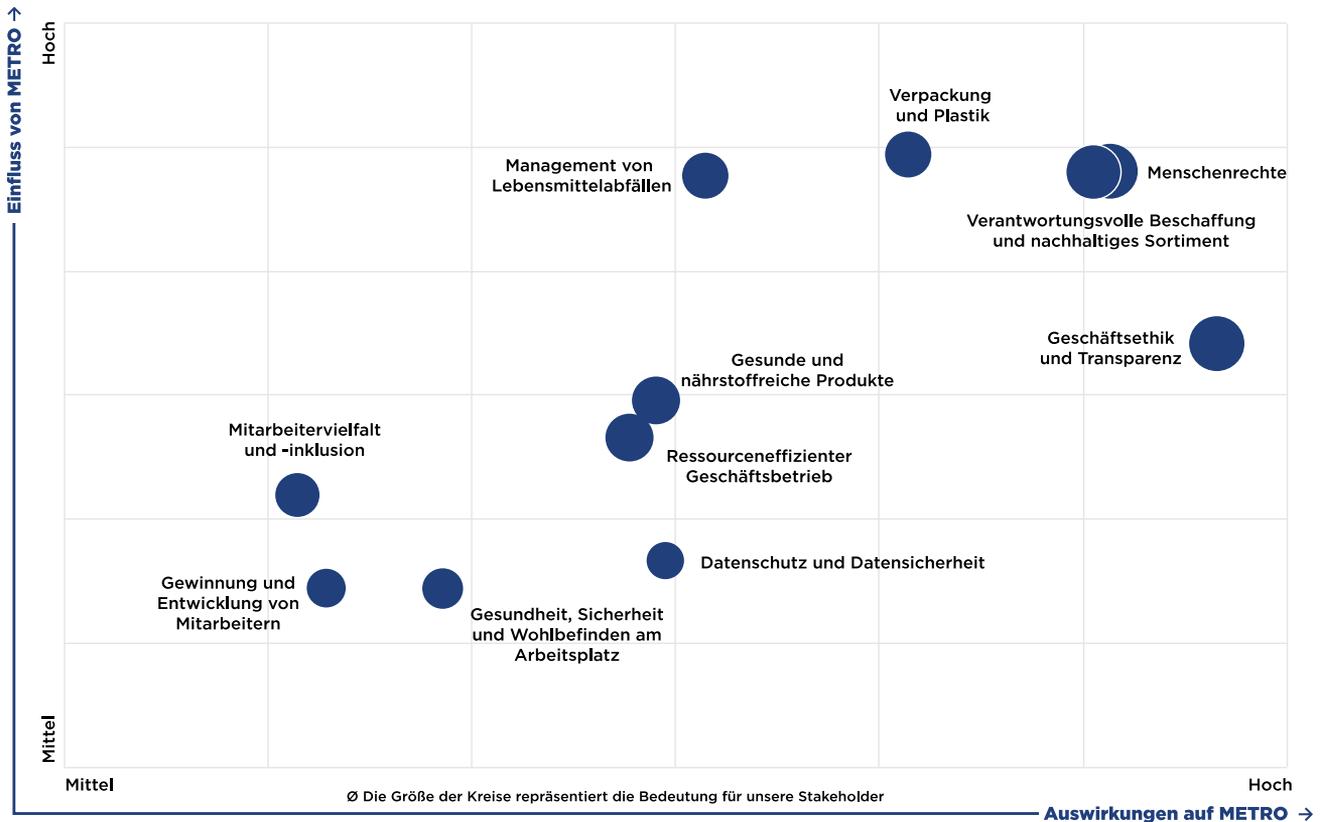
Mehr zu unseren Nachhaltigkeitsprioritäten finden Sie in unseren [Beleggeschichten](#).

WESENTLICHKEITSANALYSE 2021/22

Um mögliche ökonomische, ökologische und soziale Themen sowie Themen der Unternehmensführung für METRO zu identifizieren und zu bewerten, haben wir im Geschäftsjahr 2021/22 unsere aus der umfassenden Wesentlichkeitsanalyse 2020/21 hervorgegangenen Themen verifiziert. Die Bewertung der Sachverhalte erfolgte durch die Mitglieder des Nachhaltigkeitskomitees um sicherzustellen, dass aktuelle Entwicklungen und regulatorische Anforderungen weiterhin ausreichend reflektiert werden. Die Bewertung umfasst drei Dimensionen in Übereinstimmung mit den Anforderungen des § 289c des Handelsgesetzbuchs (HGB) und dem Berichtsstandard der Global Reporting Initiative (GRI):

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

Die Verifizierung bestätigte die Materialität der bereits 2020/21 ermittelten 11 wesentlichen Themen für METRO.



x-Achse: 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
y-Achse: Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von METRO auf die nichtfinanziellen Themen in der Wertschöpfungskette – zum Beispiel im Falle der Nichteinhaltung bestimmter Gesetze, Umwelt- oder Sozialstandards
Größe der Kreise in der Grafik: Relevanz des Themas für die davon betroffenen Stakeholder – 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 ESG Prioritäten ausdrücklich (ggfs. auch mehrfach) wie folgt zugeordnet:

ESG Prioritäten	Wesentliche Themen
Klima und CO ₂	Ressourceneffizienter Geschäftsbetrieb Management von Lebensmittelabfällen Verpackung und Plastik Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltiges Sortiment
Ethisches Verhalten und Vertrauen	Menschenrechte Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltiges Sortiment Gesunde und nährstoffreiche Produkte
Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden	Mitarbeitervielfalt und -inklusion Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz

Da alle 11 Themen gemäß der GRI- und HGB-Anforderungen wesentlich sind, ist der jeweilige Managementansatz für jedes der 11 Themen bereits in der nichtfinanziellen Erklärung des METRO-Geschäftsberichts 2021/22 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 und in diesem Jahr erneut als wesentlich bestätigt wurden, gelten auch als wesentlich im Sinne von GRI. Hier spiegeln sich auch unsere 3 Nachhaltigkeitsprioritäten wider. Die Managementansätze, d.h., wie wir mit den wesentlichen Themen umgehen, beschreiben wir in der Nichtfinanziellen Erklärung (NFE) des Geschäftsberichts 2021/22. Sie werden 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](#).

ESG PRIORITÄTEN

METRO SUSTAINABLE drückt unseren Nachhaltigkeitsansatz aus und ist Rahmen und gleichzeitig Treiber für all unsere Aktivitäten, die im eigenen Geschäftsbetrieb und bei unseren Partnern und Kunden auf mehr Nachhaltigkeit abzielen. Operativ setzen wir dies im Rahmen unserer ESG-Strategie über die 3 strategischen Nachhaltigkeitsprioritäten um. Wir wollen unsere Erfahrungen und unser Wissen mit den Partnern entlang der Wertschöpfungskette 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.



Klima und CO₂

Wir verringern Emissionen und Abfälle in unserem Geschäftsbetrieb und leisten einen Beitrag dazu, dass der Lebensmittelsektor CO₂-ärmer wird, bspw. indem wir regionale, saisonale oder pflanzliche Produkte sowie Rohstoffe anbieten, die nicht mit der Abholzung von Wäldern in Verbindung stehen.

Ethisches Verhalten und Vertrauen

Wir wollen ein vertrauenswürdiger Partner für unsere eigenen Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden sein. Deshalb achten wir auf sichere und faire Arbeitsbedingungen in unserem eigenen Geschäftsbetrieb und fördern Lieferketten, in denen ethisch korrekt und transparent gewirtschaftet wird. Schlüsselemente dafür sind die Berücksichtigung von Menschenrechten sowie etwaiger Auswirkungen auf die Umwelt.

Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden

Im Sinne der integrativen „ONE METRO“-Kultur und basierend auf dem Verständnis, dass unsere Mitarbeiter essenziell für unser Geschäft sind, liegt das Augenmerk auf der Schaffung eines sicheren, gleichberechtigten und integrativen Arbeitsumfelds sowie der Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens unserer Mitarbeiter.

KENNZAHLEN UND ZIELE

KENNZAHLEN

Kennzahlenprofil

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 ESG-Prioritäten: Klima und CO₂, Ethisches Verhalten und Vertrauen sowie Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden. 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 3 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 METRO Gesellschaft 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 Großhandelseinheiten und deren Filialen, Verwaltungs- und Lagerstandorte, die Food Service Distribution (FSD) Einheiten und für die Hauptverwaltung in Düsseldorf, also für alle Standorte beziehungsweise alle Mitarbeiter, falls nicht anders angegeben in den Fußnoten der betreffenden Kennzahlen.

Die Angaben zu „Deutschland“ als dem Land des Unternehmenssitzes, im Abschnitt Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden umfassen alle in dem Land Deutschland verorteten METRO Gesellschaften. Die Angaben zu „Deutschland“ im Abschnitt Klima und CO₂ umfassen die METRO Gesellschaften METRO Cash & Carry Deutschland GmbH sowie die FSD Gesellschaft in Deutschland Rungis Express. In den Vorjahren waren hier unter „Deutschland“ im Abschnitt Klima und CO₂ auch METRO AG sowie METRO Logistics erfasst. Dies wurde zu diesem Geschäftsjahr angepasst.

Für einige Kennzahlen im Abschnitt Klima und CO₂ sind Hochrechnungen und Schätzungen der Verbrauchsdaten notwendig, sofern Primärdaten nur teilweise vorliegen. 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 werden modelliert, da Primärdaten sehr aufwendig erhoben werden müssten. 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.

Die Kennzahlen zu Weiterbildung im Abschnitt Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden umfasst 88 % aller Mitarbeiter der METRO. Diese 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:

Für alle angegebenen Kennzahlen im Abschnitt Klima und CO₂ wurden die Daten für METRO Japan und METRO Myanmar rückwirkend aus den Daten entfernt.

Weitere Abweichungen ergeben sich bei den Kennzahlen im Abschnitt Klima und CO₂ daraus, dass Schätzwerte aus dem letzten Quartal des vorangegangenen Berichts 2020/21 nun durch reale Werte ersetzt wurden. Für einige Verbräuche liegen uns die Abrechnungen der Versorger erst so spät vor, dass wir für das letzte Quartal mit Schätzungen arbeiten müssen, die dann im Folgejahr durch reale Werte aktualisiert werden können.

Mit dem Geschäftsjahr 2021/22 haben wir für alle energiebezogenen Emissionen rückwirkend auf ein anderes Emissionsfaktorenset umgestellt.

Für alle Kennzahlen gilt, dass Abweichungen nur im Vergleich zu früheren Berichten bestehen. Innerhalb des vorliegenden Berichts sind alle Kennzahlen nach einheitlicher Methodik für jeweils 3 Jahre dargestellt. Sie erlauben somit einen nachvollziehbaren Überblick über die Entwicklung.

Zusätzlich ist für die Kennzahl „Status Klimaschutzziel“ im Abschnitt Klima und CO₂ aufgrund einer Methodikanpassung (Einbeziehung Flotte eigener Logistikfahrzeuge) auch der Wert des Basisjahr 2011 angepasst worden.

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

Unternehmen

Wirtschaftlicher Wert (Wertschöpfung)

METRO in Zahlen

Finanzkennzahlen (Mio. €)	2020/21	2021/22	Veränderung	Veränderung in %
Umsatz (netto)	24.765	29.754	4.988	20,1 %
EBITDA bereinigt	1.171	1.389	219	18,7 %
EBIT	197	429	232	118,0 %
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	-0,15	-0,92	-0,77	-
Dividende ¹	0,00	0,00	-	-

¹ Je Stamm- und Vorzugsaktie, entfallend auf Anteilseigner.

Netzwerk	2020/21	2021/22	Veränderung	Veränderung in %
Märkte & Belieferung (Anzahl Länder)	34	31	-3	-
Marktplatz (Anzahl Länder)	2	3	1	-
Hospitality Digital/Eijsink (Anzahl Länder)	0	1	1	-
Märkte (Anzahl Standorte)	681	661	-20	-
davon Belieferung OOS (Anzahl Standorte) ¹	(563)	(567)	(4)	-
FSD-Depots (Anzahl Standorte)	67	64	-3	-

¹ OOS bezieht sich auf das bestehende METRO Standortportfolio und umfasst einerseits METRO Märkte, die aus dem Markt beliefern, und andererseits Märkte, die ein eigenes Depot im Markt betreiben.

sCore KPIs (%)	2020/21	2021/22	Ambition 2022-2025	Ambition 2030
Strategischer Kundenumsatzanteil	66	71		> 80 %
Eigenmarkenumsatzanteil	17	19		> 35 %
Warenverfügbarkeit	95	95		> 98 %
FSD-Umsatzanteil	17	21		> 33 %
Digitaler Umsatzanteil	6	9		40 %

Mittelfristambition	2020/21	2021/22	Ambition 2022-2025	Ambition 2030
Umsatzentwicklung (%) ¹	0	21	3-5 % CAGR	> 40 Mrd. €
EBITDA-Entwicklung (%) ²	6	17	3-5 % CAGR	> 2 Mrd. €
Investitionen (% vom Umsatz) ³	1,3	1,4	< 2,5 %	< 1,5 %
Free Cashflow (Mio. €)	493	190	in Wachstum reinvestieren	> 0,6 Mrd. €
Nettoverschuldung/EBITDA (0,0 x)	3,0 x	2,3 x	Reduzierung auf ~2,5 x	< 2,5 x

¹ Wechselkursbereinigt, stabiles Portfolio.

² EBITDA bereinigt, wechselkursbereinigt, stabiles Portfolio.

³ Investitionen ohne Geldanlagen und Unternehmensakquisitionen.

Multichannel-Entwicklung

Umsatzentwicklung (Mio. €)	2020/21	2021/22	Ambition 2022-2025	Ambition 2030
Stationäres und sonstiges Geschäft	20.569	23.299		~1,2 x vs. 2020/21
FSD	4.164	6.386		> 3 x vs. 2020/21
METRO MARKETS Umsatz	33	69		
METRO MARKETS Marktplatzumsatz ¹	50	130		> 3 Mrd. €

¹ Gesamtvolumen der METRO MARKETS Plattform (und der Plattformen von Drittanbietern) ohne Mehrwertsteuer und nach Stornierungen, aber vor jeglichen Abzügen; beinhaltet Verkäuferumsätze in vollem Umfang.

Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und -rankings

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala	Veröffentlichungs- zeitpunkt
Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World/Europe	78 Index-Mitglied	0 bis 100	12/2022
ISS ESG	C+ Prime Status	D- bis A+	04/2020
CDP Klimaschutz	A-	F bis A	12/2021
CDP Wasserschutz	B	F bis A	12/2021
CDP Wälder	B Palmöl B- Soja B- Papier C Rindfleisch	F bis A	12/2021
FTSE4Good Global/Europe Index	Index-Mitglied	-	06/2022
MSCI	AAA	CCC bis AAA	11/2022
Sustainalytics	Niedriges Risiko (17,6) 26 von 194 in der Food Retailer Industrie	0 bis 40+	05/2022
Bloomberg GEI	Index-Mitglied	-	01/2022

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 2021/22 wurde METRO erneut sowohl im Dow Jones Sustainability Index Europe und World gelistet.

Die CDP Ergebnisse für 2022 werden erst nach Testatsdatum dieses Berichts veröffentlicht, daher datieren die Angaben noch auf Dezember 2021.

Da das MSCI Ergebnis erst nach Testat der nichtfinanziellen Erklärung im Geschäftsbericht veröffentlicht wurde, weicht das hier dargestellte MSCI Ergebnis vom Stand in der nichtfinanziellen Erklärung ab.

Klima + CO₂

Treibhausgasemissionen in t CO₂ (CO₂-Äquivalente)

in t CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente)	Basisjahr 2011	2019/20	2020/21	2021/22
Scope 1 - direkte Treibhausgasemissionen	518.177	486.035	470.609	451.140
Scope 2 - indirekte Treibhausgasemissionen	920.960	665.787	639.904	636.016
Scope 3 - sonstige indirekte Treibhausgasemissionen	3.665.650	2.159.388	2.807.555	2.691.563
Treibhausgasemissionen gesamt	5.104.788	3.311.210	3.918.068	3.778.718

Definition: Menge aller wesentlichen Emissionen bezogen auf den Scope gemäß Systematik des Greenhouse Gas Protocol.

Berücksichtigt sind folgende Emissionsquellen:

- Scope 1 = Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte und 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

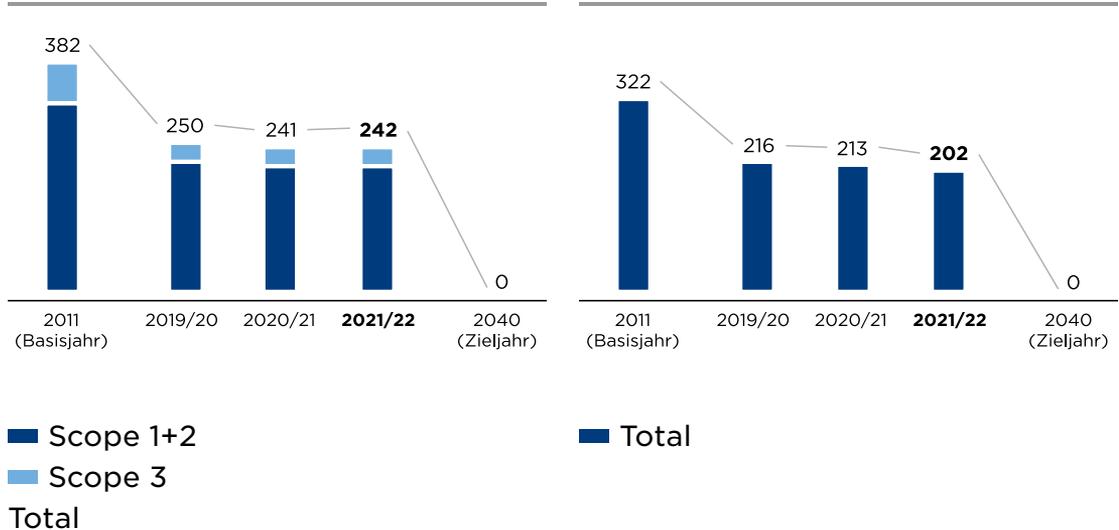
Erläuterungen zur Klimabilanz, insbesondere zu Methodik, Berichtsgrenzen und Klimaschutzziel finden sich auf <https://verantwortung.metroag.de/schwerpunkte/klimaschutz>.

Status Klimaschutzziel

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

METRO

Deutschland¹



¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie Rungis express.

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:

- Scope 1: Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte und Klimatisierung sowie Kraftstoffverbrauch der Dienstwagen und Notstromaggregate. Im Geschäftsjahr 2021/22 haben wir den Anwendungskreis in Scope 1 um die Emissionen aus der Flotte eigener Logistikfahrzeuge erweitert.
- Scope 2: Strom-, Wärme- und Kälteenergieverbrauch
- Scope 3: Papiereigenverbrauch für Werbematerial und Bürobedarf, Dienstreisen und Vorkettenemissionen und Netzverluste für alle direkten und indirekten Energiequellen

Status: Im Vergleich zum Basisjahr 2011 konnten die (so auch für das Science Based Target relevanten) Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen um 33,5 % pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche reduziert werden.

Erläuterung: Unser Ziel ist es, bis 2040 durch hauptsächlich eigene Initiativen klimaneutral zu werden. Wir haben im Geschäftsjahr 2021/22 unser Klimaschutzziel 2040 um die Emissionen aus eigener Logistik erweitert. Aufgrund dieser Erweiterung wurde die Methodik zur Ermittlung der CO₂-Äquivalente pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche angepasst und die Kennzahlen für das Basisjahr und der Vorjahreswerte entsprechend korrigiert.

Die spezifischen Treibhausgasemissionen beliefen sich im Basisjahr 2011 auf 382 kg CO₂/m² Verkaufs- und Belieferungsfläche.

Der Rückgang der Emissionen auf 242 kg CO₂/m² Verkaufs- und Belieferungsfläche im Geschäftsjahr 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.

In Ergänzung zu unserem Klimaschutzziel, hat METRO seine Klimaaktivitäten im Geschäftsjahr 2018/19 auch auf die Lieferkette erweitert und sich als 1. deutscher Händler ein anerkanntes Science Based Target (SBTi) gesetzt. METRO verpflichtet sich im Rahmen des SBTi, ihre Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen um 60 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Belieferungsfläche bis 2030 gegenüber 2011 zu reduzieren. Diese SBTi 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 METRO im Rahmen des SBTi, 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	2021/22	Veränderung in %
Papierverbrauch	14	3	-76 %
Flotte eigener Fahrzeuge Logistik	7	9	22 %
Dienstwagen	12	10	-19 %
Dienstreisen	6	0	-95 %
Stromverbrauch	243	148	-39 %
Wärmeenergieverbrauch	33	28	-16 %
Kältemittelverluste	66	44	-33 %
Gesamt	382	242	-37 %

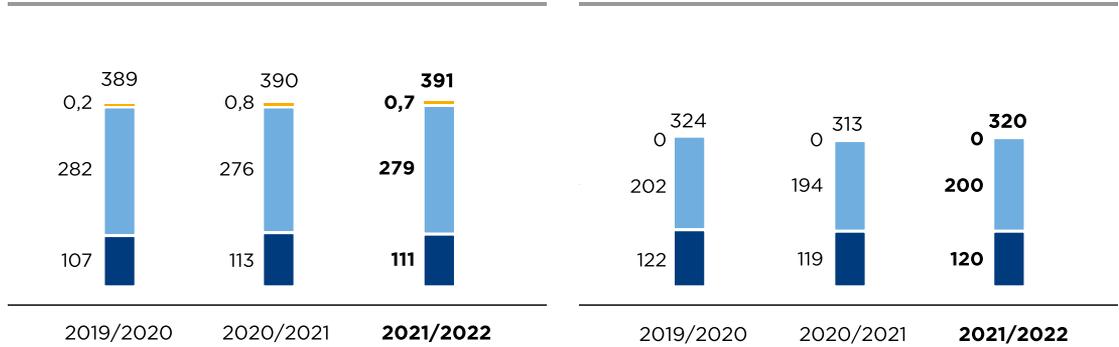
Definition: Die Entwicklung der CO₂-Emissionen aller im Klimaschutzziel enthaltenen Emissionsquellen pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche im Vergleich zum Basisjahr 2011.

Energieverbrauch Kennzahlen 7 13

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

METRO

Deutschland¹



■ Wärme ■ Strom ■ Kälte

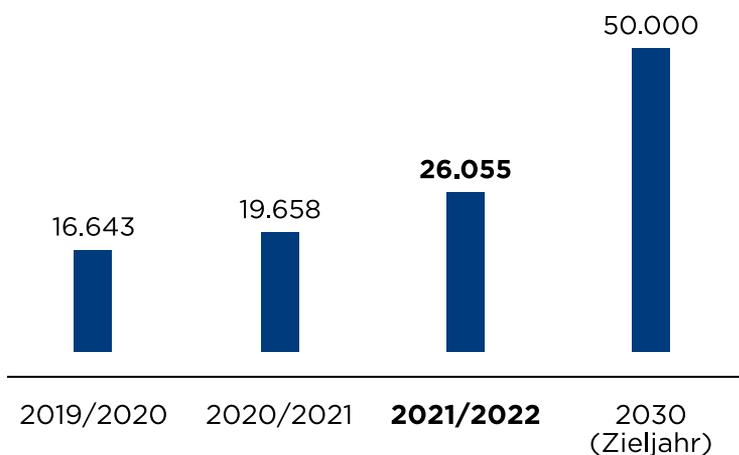
¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie Rungis express.

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: Ein Ausschnitt des hier dargestellten KPI ist das Ziel für die METRO Märkte, den Stromverbrauch im Geschäftsjahr 2020/21 zum Geschäftsjahr 2021/22 nicht mehr als 0,4 % ansteigen zu lassen aufgrund von Effekten durch Covid-19 und METRO's Wachstumsstrategie sCore. Der Stromverbrauch in unseren METRO Märkten ist tatsächlich um 0,1 % ggü. dem Geschäftsjahr 2020/21 gestiegen und damit insgesamt geringer, als der hinsichtlich Covid-19 und Wachstumsstrategie sCore erwartete Mehrverbrauch von 0,4 %.

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. Bis zum 30. September 2022 hat METRO 70 PV-Anlagen in 13 Ländern mit einer installierten Leistung von 26.055 kWp installiert.

Im Berichtsjahr 2021/22 wurden 14 neue Anlagen mit einer Gesamtleistung von 6.397 kWp in Frankreich, Indien, Niederlanden, Spanien und Ungarn installiert.

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

Gesamtenergieverbrauch (in MWh)

in MWh	2019/20	2020/21	2021/22
Brennstoffe (Heizöl, Gas, Benzin, Diesel, LPG, LNG)	503.885	531.944	506.308
Strom	1.503.095	1.467.324	1.452.229
davon Graustrom	1.424.832	1.361.379	1.335.527
davon Grünstrom (HKN zertifiziert)	64.105	87.915	92.310
davon selbstproduzierte Solarenergie	14.158	18.030	24.392
Fernwärme	64.207	64.622	67.647
Fernkälte	1.299	4.157	3.886
Gesamt Energieverbrauch	2.072.486	2.068.047	2.030.070

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 Portugal und 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 m ² Verkaufs- und Belieferungsfläche	Basisjahr 2011	2021/22	Veränderung in %	Wasserreduktionsziel in % 2030 (Ziel)
METRO	693	685	-1,1 %	10,0 %
Deutschland ¹	275	280	1,7 %	4,4 %

¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie Rungis express.

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

Erläuterung: Absolut bezog METRO im Berichtszeitraum 3,6 Mio. m³ Frischwasser. Damit konnte METRO den absoluten Eigenverbrauch ggü. dem Vorjahr um 3,1 % reduzieren. Wasser wird für Läger, Märkte und Verwaltungsgebäude vor allem für Reinigungszwecke und den Betrieb der Sanitäreanlagen 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.

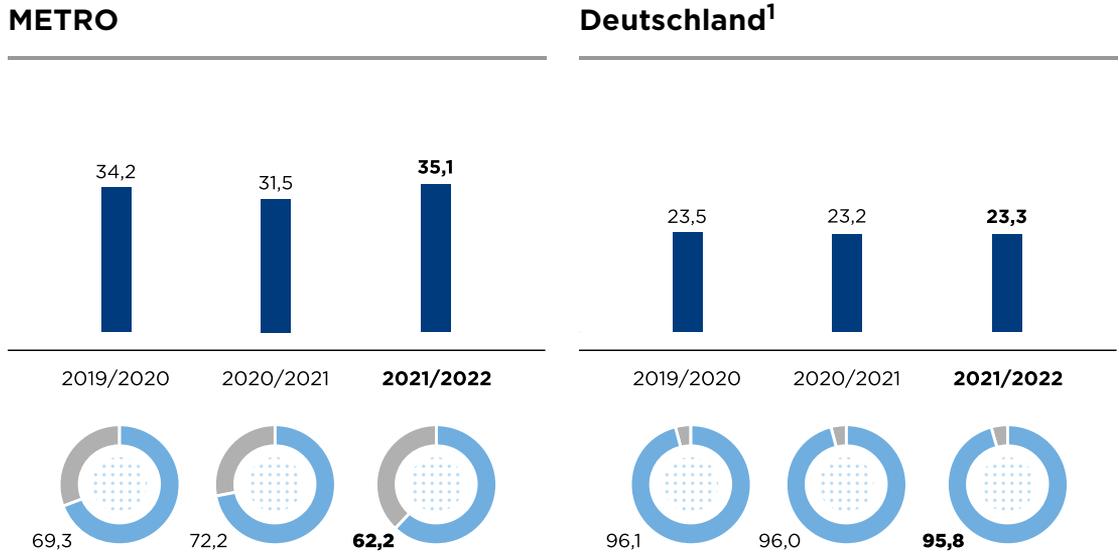
Auf Gruppenebene messen und kontrollieren wir die Menge an Wasser, die das Unternehmen aus der öffentlichen Trinkwasserversorgung entnimmt. Die öffentliche Trinkwasserversorgung ist die einzige wesentliche Quelle, aus der wir signifikante Mengen an Wasser beziehen.

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: METRO hat sein ursprüngliches Ziel, bis 2025 5 % Wasser ggü. dem Basisjahr 2016/17 einzusparen bereits erfüllt. Daher hat sich METRO im Geschäftsjahr 2021/22 ein neues Wassereinsparziel gesetzt: Bis 2030 soll ggü. dem Basisjahr 2020/21 der spezifische Wasserverbrauch im eigenen Geschäftsbetrieb um 10 % je m² Nettobetriebsfläche reduziert werden.

Abfall   

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



■ Abfallaufkommen ■ Recyclingquote

¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie Rungis express.

Definition: Abfallmengen (ohne Lebensmittelabfälle), 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 (ohne Lebensmittelabfälle) bei METRO ist mit 182.554,231 t in 2021/22 gegenüber dem Vorjahr um 9,1 % gestiegen. Sie teilt sich auf in:

- Abfälle zur Kompostierung (1.957,18 t)
- Abfälle zur energetischen Verwertung (10.020,41 t)
- Abfälle zur Deponierung (16.676,75 t)
- Abfälle zum Recycling (101.502,2 t)
- Abfälle zur speziellen Behandlung, bspw. gefährliche Abfälle (1.068,74 t)
- Abfälle, bei denen die Entsorgungsart nicht bekannt (515,09 t)
- Abfall ohne gewählte Entsorgungsart (50.813,90 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.

Ziel zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen 2025

Die Reduzierung von Lebensmittelverlusten ist ein wichtiges Thema im Rahmen der ESG Priorität Klima und CO₂ von METRO's ESG Strategie. 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 verschwendet, während Lebensmittelabfälle für 8-10 % der weltweiten Treibhausgasemissionen¹ verantwortlich sind. Nach Angaben der UN hungern 957 Millionen Menschen auf der Welt². METRO hat sich im Einklang mit 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 21 Länder- und Serviceeinheiten arbeiten wir mit Tafel-Organisationen zusammen, um nicht verkaufte Lebensmittel an Bedürftige weiterzugeben. In 3 Ländern arbeiten wir zu dem Zweck mit TooGoodToGo zusammen. Im Geschäftsjahr 2021/22 wurden durch das gemeinsame Engagement mehr als 121.000 Mahlzeiten „gerettet“, was einer Einsparung von 303 Tonnen CO₂ entspricht. Zusätzlich bewerben wir die TGTG-Plattform in 2 Ländern als Lösung für unsere Kunden, in ihren Betrieben Lebensmittel zu sparen.

Weitere Informationen zu unserem Kampf gegen Lebensmittelverschwendung finden Sie auf unserer Website und unter den entsprechenden Kennzahlen unter „Klima und CO₂“.

Ethisches Verhalten + Vertrauen

Anzahl gesunder und nährstoffreicher Produkte



12

Anzahl Produkte ¹	2020/21	2021/22
Weniger Zucker/Salz/gesättigte Fettsäuren/frei von Zusatzstoffen	603	787
Bioprodukte	430	519
Produkte mit alternativen Proteinquellen	14	39

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 (Global Trade Item Number als eindeutige Identifizierungsnummer). In solchen Fällen werden diese identischen Produkte nur einmal gezählt.

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.

¹ <https://helmholtz-klima.de/aktuelles/fuers-klima-weniger-lebensmittel-verschwenden>

² <https://www.un.org/en/food-systems-summit/news/2021-going-be-bad-year-world-hunger>

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

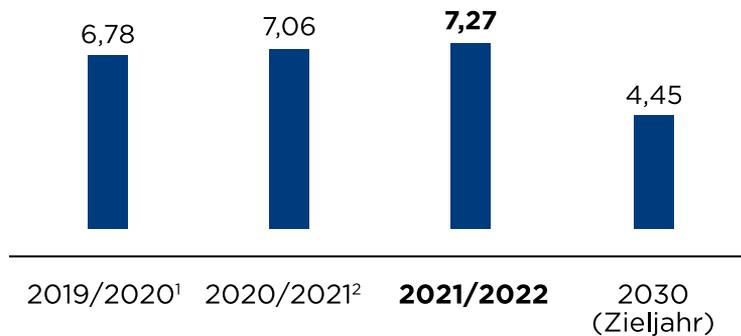
Bioprodukte im Sinne dieser Angabe beziehen sich auf Produkte aus biologischer Landwirtschaft, die die Anforderungen der EU-Verordnungen (EU 834/2007, EU 889/2008 und EU 271/2010) und anderer anwendbarer nationaler Bio-Verordnungen von Nicht-EU-Ländern erfüllen.

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

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.

Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR) pro 1 Mio. Arbeitsstunden 3 ↘ 8 ↗

METRO Länder



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.

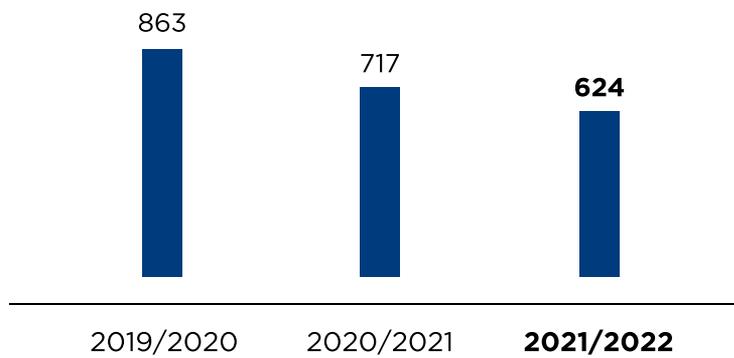
² Die Landesgesellschaft Japan ist in der Berechnung dieser Kennzahl nicht inkludiert

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. Mit der Anfang 2022 gestarteten Kommunikationskampagne „Safe@Metro“ wollen wir das Sicherheitsbewusstsein stärken und die Zahl der arbeitsbedingten Unfälle senken.

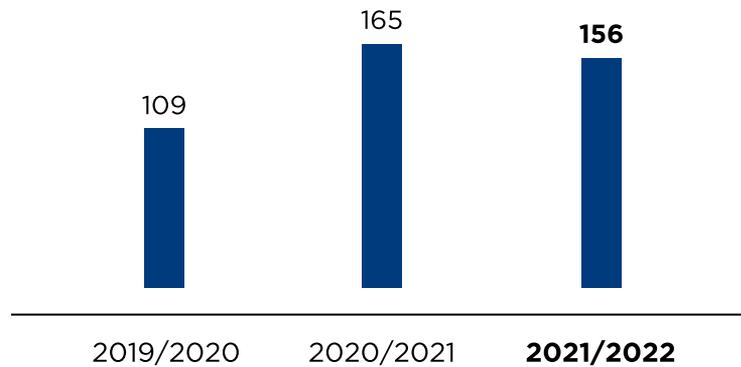
Produzenten in Risikoländern  

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 Produzenten¹ (Anzahl)



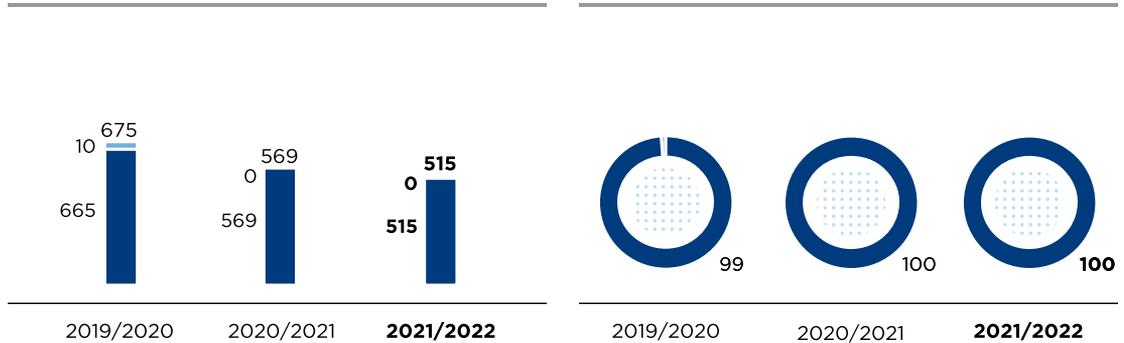
- ¹ Risikobehaftete Produzenten für Near-Food werden anhand der folgenden Kriterien (und/oder) bewertet:
- I. Inhärentes Risiko – Produzenten mit Sitz in einem Risikoland nach amfori BSCI
 - II. Faktenbasiertes Risiko – Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, Historie 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 **1** **8**

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. Bezüglich der Definition von „risikobehaftet“ siehe Fußnote 1 des KPI Risikobehaftete Non-Food-Produzenten.

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.

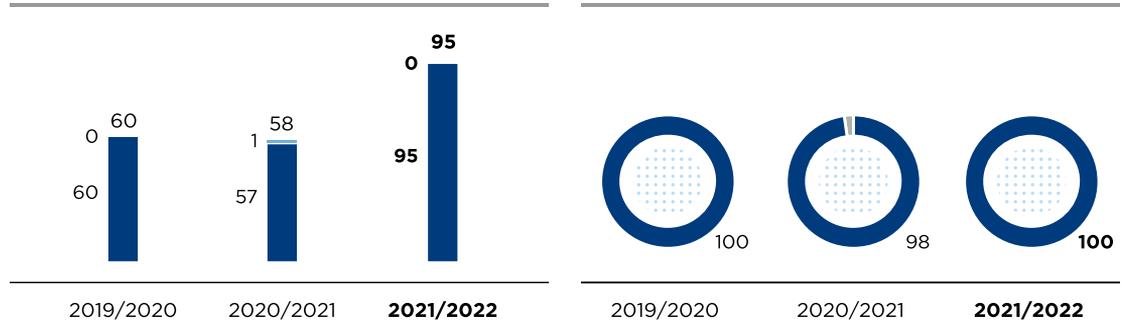
Erläuterung: Zum 30. September 2022 waren 515 Produzenten auditiert. Davon haben 100 % (515 Produzenten) das Audit bestanden. Non-Food-Produzenten, die das Audit nicht bestehen, können seit dem 1. Januar 2019 nicht beauftragt werden bis sie ein akzeptables Auditergebnis, d.h. für die amfori BSCI mindestens ein A-, B- oder C-Auditergebnis oder eines der als äquivalent zugelassenen Audits nachweisen. Einer Gesellschaft von METRO wurde im August 2020 für den (Post-)Corona-Zeitraum die Ausnahmeregelung gewährt, einzelne Produzenten mit D-Auditergebnissen weiter zu nutzen, wenn ihr D-Auditergebnis auf ein coronabegründetes Verfehlen zurück zu führen ist. Diesen Produzenten wird eine 6-monatige Karenzzeit nach dem Datum des mit der Ausnahme belegten Audits gewährt, um ein Follow-up-Auditergebnis A-C nachzuweisen. Im Berichtszeitraum wurde in zwei Fällen 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

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

davon mit bestandenem Audit (in %)



- 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.

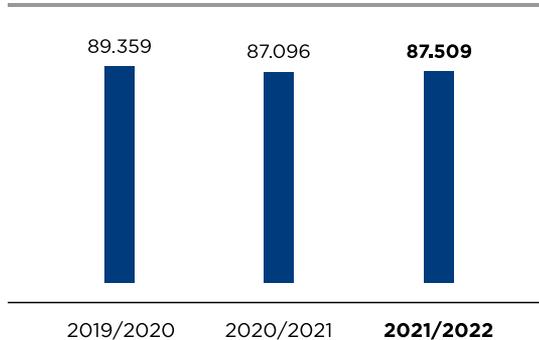
Erläuterung: Die Einführung des Prozesses für Food/Near-Food-Produzenten startete Ende 2019. Zum 30. September 2022 waren 95 Produzenten auditiert. Davon haben 100 % (95 Produzenten) das Audit bestanden. Um eine schrittweise Eingliederung unserer Produzenten in ein Sozialstandard-System wie amfori BSCI 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.

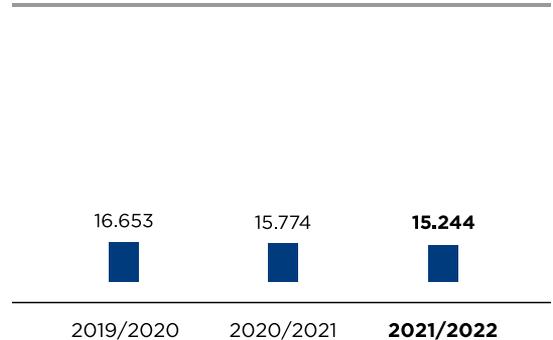
Gleichberechtigung, Inklusion + Wohlbefinden

Mitarbeiter **5** **8** **10**

METRO



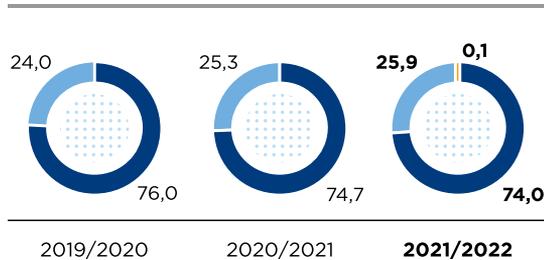
Deutschland



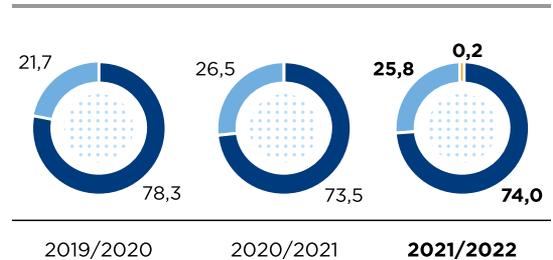
Definition: Angestellte auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Frauen in MINT-Positionen (in %)

METRO



Deutschland



■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen ■ Anteil Divers

Definition: Alle Mitarbeiter³ in funktionellen Rollen in den Ingenieurs- und/oder F&E-Abteilungen des Unternehmens zum Geschäftsjahresende. Ausgenommen sind Auftragnehmer und vertragliche Mitarbeiter.

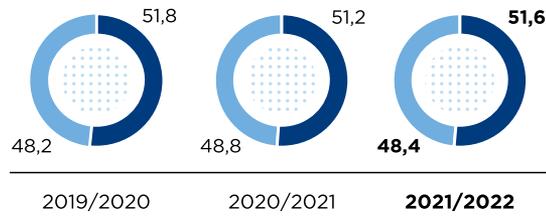
Repräsentativ für mindestens 80 % der Gesamtbelegschaft.

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

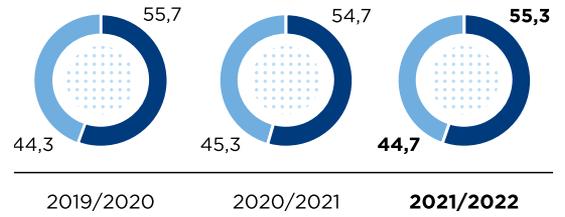
³ Die Berechnung des Anteils der Geschlechter erfolgt in drei Kategorien (weiblich, männlich, divers). Ab FY 2021/22 wurde erstmals ein Mitarbeiter systemseitig mit der Kategorie divers erfasst.

Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland

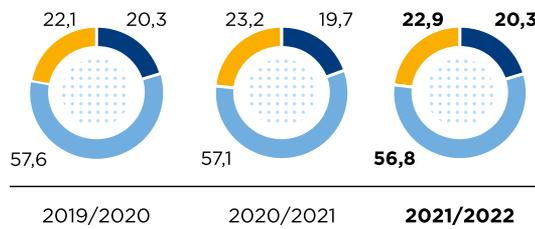


■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

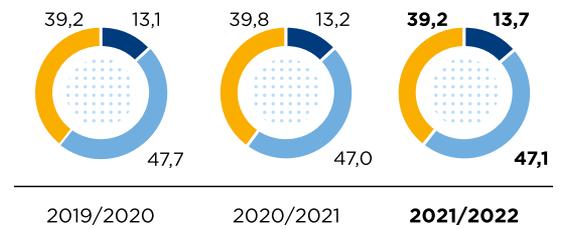
Definition: Berechnet wird der Anteil weiblicher, männlicher und diverser⁴ Mitarbeiter nach Köpfen zum 30. September.

Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

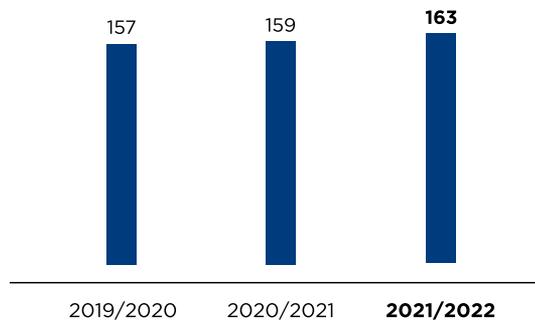


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

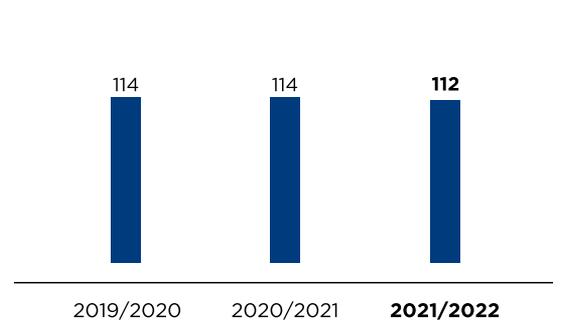
Definition: Verteilung der Angestellten auf Altersgruppen ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland

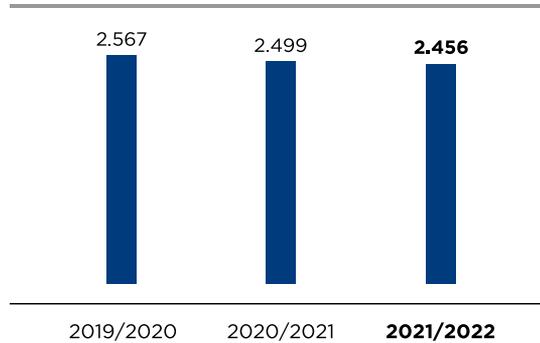


⁴ Die Berechnung des Anteils der Geschlechter erfolgt in drei Kategorien (weiblich, männlich, divers). Die Kategorie divers kann nicht gesondert dargestellt werden, da der Anteil an der Gesamtbelegschaft unter 0,01 % liegt. Ab FY 2021/22 wurde erstmals ein Mitarbeiter systemseitig mit der Kategorie divers erfasst.

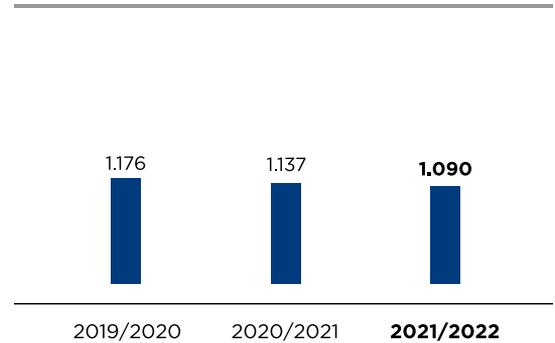
Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte

METRO



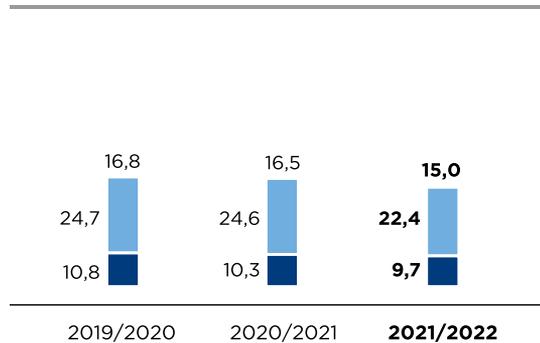
Deutschland



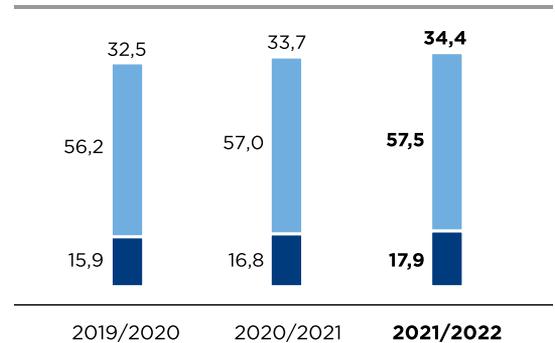
Definition: Alle Mitarbeiter, die gemäß Definition des jeweiligen Landes als schwerbehindert gelten, bzw. ihnen Gleichgestellte.

Teilzeitquote nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland

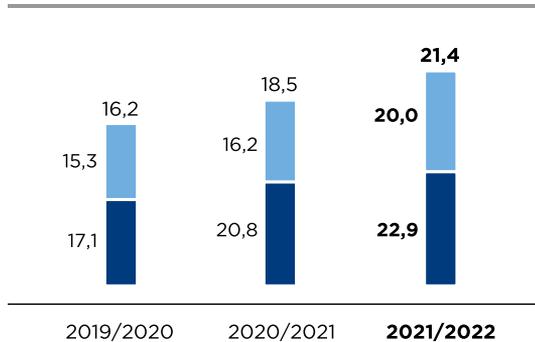


- Teilzeitquote Männer (in % aller Männer)
- Teilzeitquote Frauen (in % aller Frauen)
- Teilzeitquote (in % aller Angestellten)

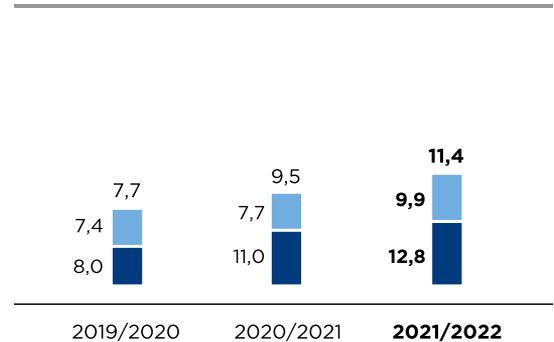
Definition: Quote der in Teilzeit beschäftigten Angestellten⁴ im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

Fluktuation nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



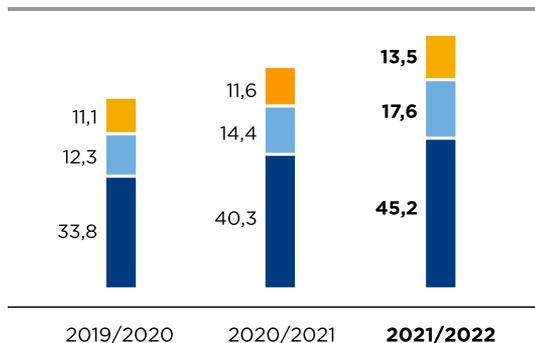
- Fluktuation Männer (in % aller Männer)
- Fluktuation Frauen (in % aller Frauen)
- Fluktuation Gesamt (in % aller Angestellten)

Definition: Unter Fluktuation sind alle Abgänge von Mitarbeitern durch Ausscheiden in den Ruhestand, Tod oder Kündigung zusammengefasst. Die Fluktuationsrate⁴ bezieht die Zahl dieser Abgänge auf den durchschnittlichen Personalbestand. Berücksichtigt werden alle Mitarbeiter in unbefristeten Arbeitsverhältnissen.

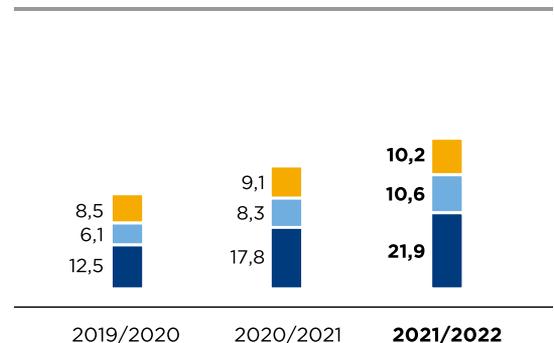
Erläuterung: Die Fluktuationsrate ist bei METRO hoch. Dies lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass die Fluktuation in einigen Ländern im Segment East, in denen METRO aktiv ist, generell hoch ist.

Fluktuation nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

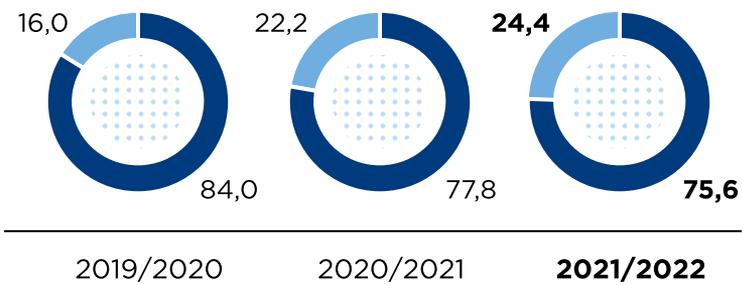


- < 30 Jahre
- 30-50 Jahre
- > 50 Jahre

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

Arbeitnehmervertretung

METRO



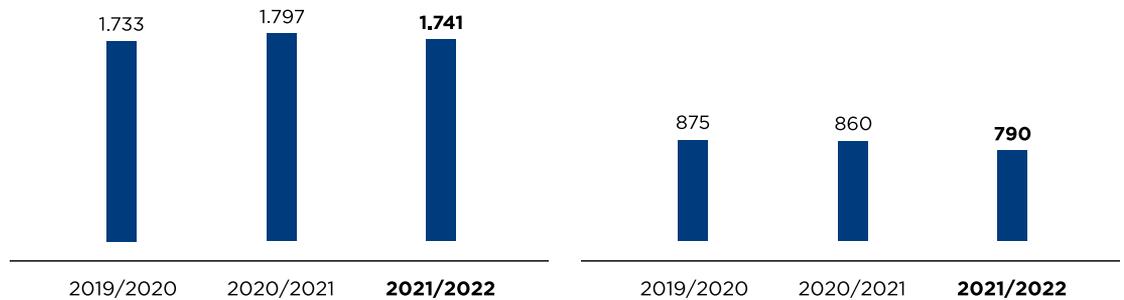
- Anteil über Arbeitnehmervertreter abgedeckter Mitarbeiter (%)
- Anteil nicht abgedeckter Mitarbeiter (%)

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

Anzahl Auszubildende, Praktikanten und Studenten

METRO

Deutschland

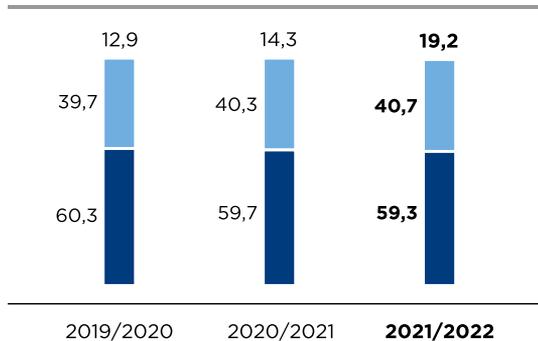


Definition: Alle Auszubildenden inklusive Praktikanten und Studenten.

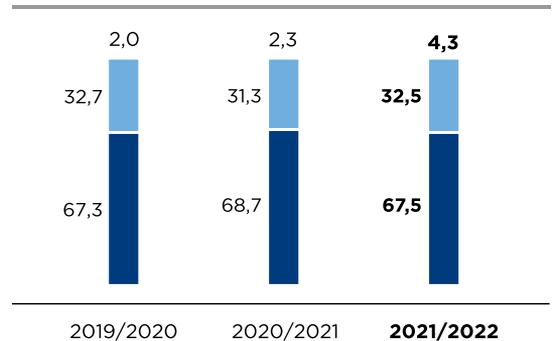
Neue Mitarbeiter 5 8 10

Neue Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



■ Anteil Männer

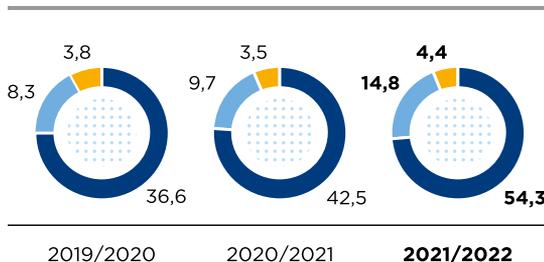
■ Anteil Frauen

Anteil neue Mitarbeiter an gesamten Mitarbeitern

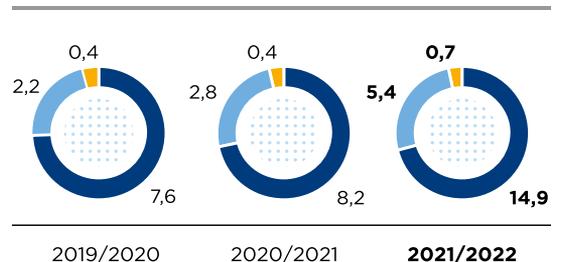
Definition: Unter Neue Mitarbeiter⁴ sind alle Eintritte und Wiedereintritte von Mitarbeitern zusammengefasst. Die Kennzahl bezieht die Zahl der Eintritte auf den durchschnittlichen Personalbestand. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

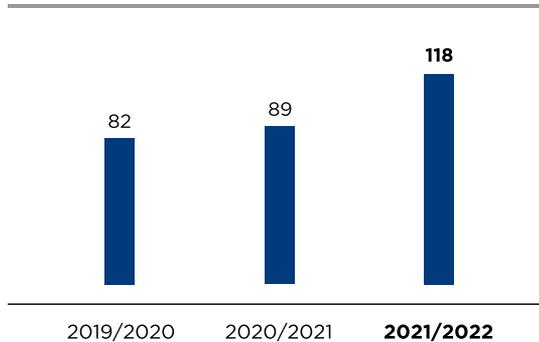


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

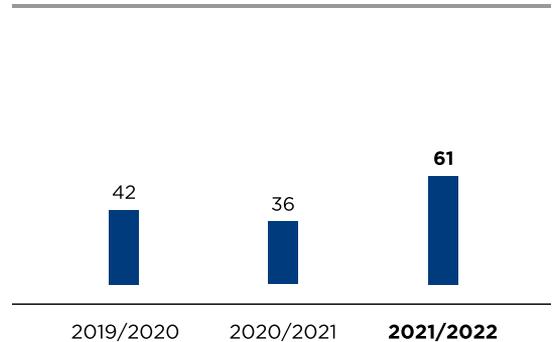
Definition: Verteilung der neu eingetretenen Mitarbeiter auf Altersgruppen im Jahresdurchschnitt. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland

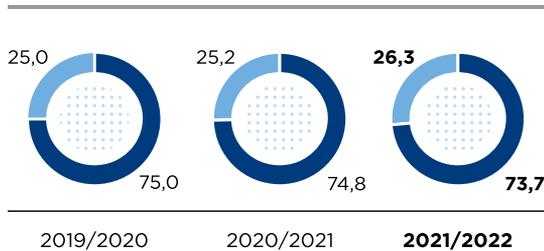


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Angestellten ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

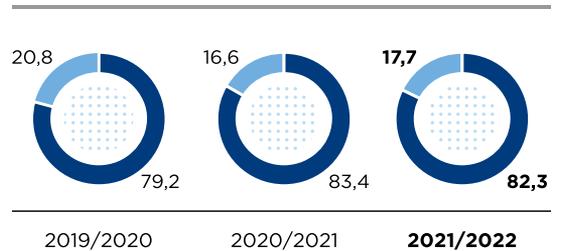
Führungskräfte 5 ♀ 8 📈 10 ♂

Geschlechterverteilung in Führungspositionen (in %)

METRO



Deutschland



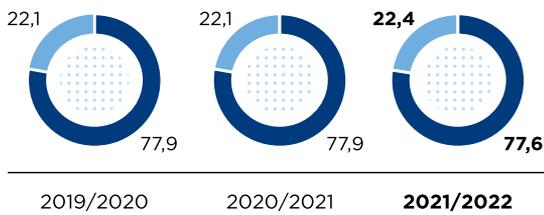
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

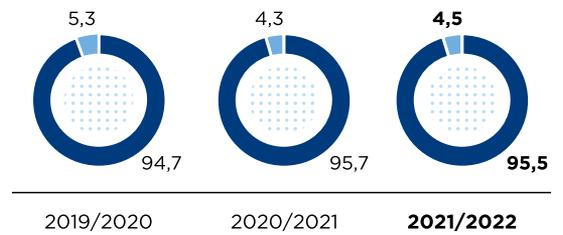
Ziele: Im Zuge der Überarbeitung der Strategie und durch die positive Entwicklung in Bezug auf die Zielerreichung, den Anteil von Frauen in Führungspositionen bei der METRO AG und im METRO Großhandel zu erhöhen, haben wir das vom Vorstand am 26. Juli 2017 festgelegte Zielerreichungsdatum der aktuellen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

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management (in %)

METRO



Deutschland



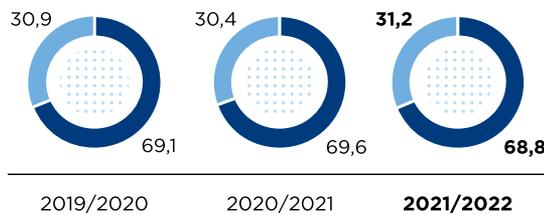
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

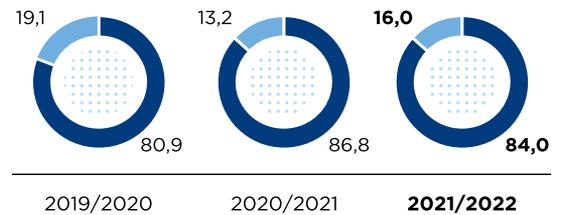
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Top Management Positionen, d.h. maximal zwei Ebenen unter dem CEO oder ähnliche Positionen (in % aller Top Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management (in %)

METRO



Deutschland



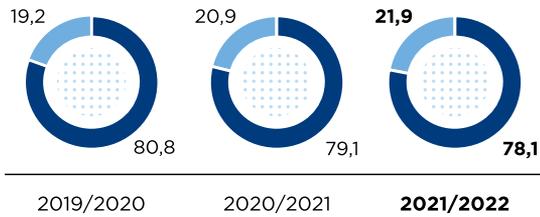
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

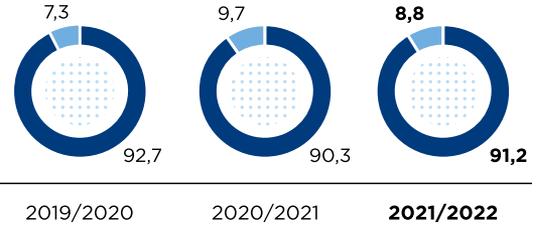
Diese Grafik zeigt den Anteil von Frauen und Männern in Junior Management Positionen, z.B. erstes Management-Level (in % aller Junior Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen in Umsatz generierende Funktionen (in %)

METRO



Deutschland



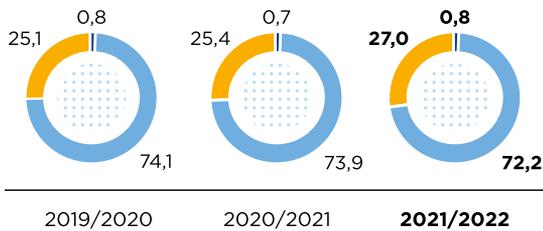
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

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

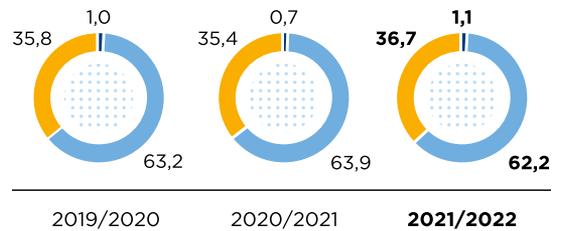
Diese Grafik zeigt i.W. den Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen in unseren Märkten und Belieferungsdepots in % aller solcher Führungskräfte in diesen Bereichen.

Führungskräfte nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

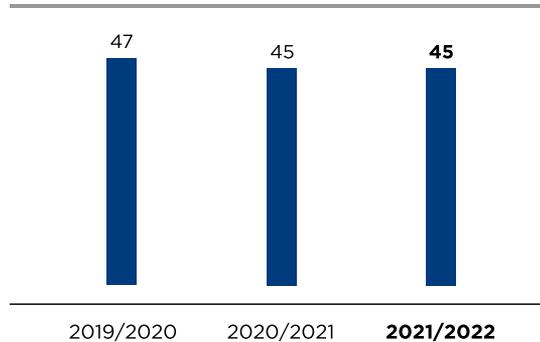


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

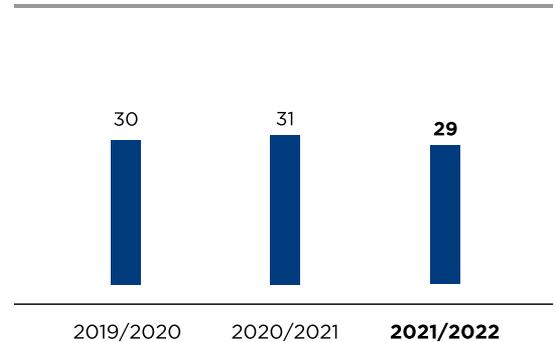
Definition: Verteilung der Führungskräfte auf Altersgruppen zum 30. September.

Anzahl Nationalitäten bei Führungskräften

METRO



Deutschland

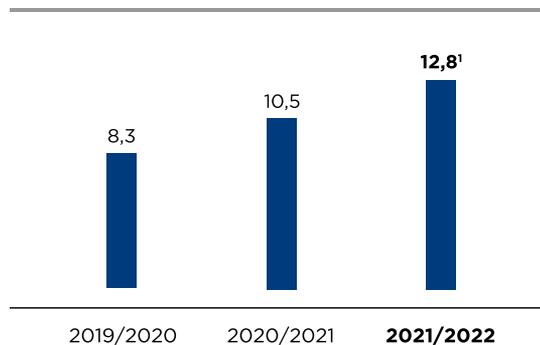


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Führungskräfte zum 30. September.

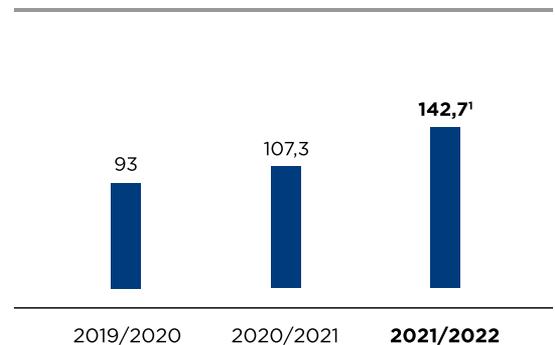
Weiterbildung und Engagement 4 8

Weiterbildung

Durchschnittliche Anzahl an Stunden für Weiterbildung je Mitarbeiter pro Jahr



Durchschnittliche Weiterbildungsausgaben je Mitarbeiter pro Jahr in €



¹ Das Reporting umfasst 88 % aller Mitarbeiter der METRO

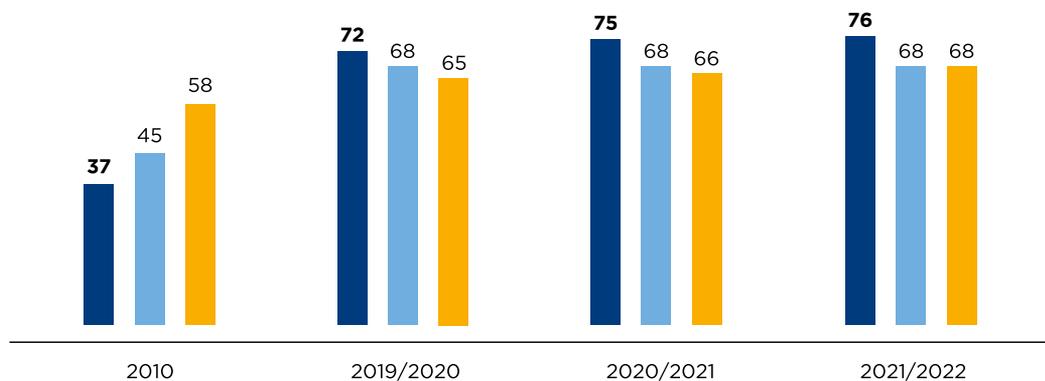
Definition: Maßnahmen (Hygiene, Arbeitsschutz etc.) und Trainings, die sich auf den laufenden Geschäftsbetrieb fokussieren, sowie mittel- und langfristig nutzbare Weiterbildungsmaßnahmen, die auf die Weiterentwicklung des Geschäftsablaufs abzielen.

Erläuterung: Die Kennzahlen zur Weiterbildung beziehen sich auf Angestellte auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt. Die berichteten Kennzahlen umfassen METRO AG sowie METRO Großhandelsgesellschaften. In diesem Finanzjahr haben sowohl die Weiterbildungsaktivitäten als auch die Weiterbildungsausgaben im Vergleich zum Vorjahr zugenommen.

Sowohl die Aktivitäten im Bereich des digitalen Selbstlernens als auch die von Ausbildern geleiteten Kurse nahmen zu, ein Großteil davon wurde digital durchgeführt.

Mitarbeiterengagement

METRO



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

Die Mitarbeiterumfrage läuft seit Start in 2019 vierteljährlich. Ab Januar 2022 nur noch 2x pro Jahr (Mai + November) Die Zahl für 2021/2022 ist aus Mai 2022.

Sowohl der globale Vergleich im Handel als auch der weltweite Vergleich über alle Branchen liegt bei 68 % in diesem Jahr.

Gesellschaftliches Engagement

Investitionen in das Gemeinwesen – METRO 17

in Tsd. €	2019/20	2020/21	2021/22
Spenden für wohltätige Zwecke	2.002	1.737	4.150
Gesellschaftliche Investitionen	2.361	5.152	6.785
Kommerzielle Initiativen	1.740	539	892
Gesamt	6.103	7.428	11.827

Investitionen in das Gemeinwesen – Deutschland 17

in Tsd. €	2019/20	2020/21	2021/22
Spenden für wohltätige Zwecke	142	410	714
Gesellschaftliche Investitionen	1.184	955	1.618
Kommerzielle Initiativen	628	134	405
Gesamt	1.954	1.499	2.736

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.

Klima und CO₂

Verpflichtung/ Richtlinie/Position	Ziel
Umweltleitlinie	./.
Wissenschaftlich fundiertes Klimaschutzziel	<p>Senkung der Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen um 60 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Lieferfläche bis 2030 im Vergleich zu 2011.</p> <p>Bis 2040 klimaneutral werden.</p> <p>Reduktion der absoluten Scope-3-CO₂-Emissionen aus der vorgelagerten Lieferkette um 15 % bis 2030 ggü. 2018.</p>
Wasserschutz-Ziel	<p>Der Verbrauch von Wasser ist ggü. dem Vorjahr um 3,1 % zurückgegangen. Insgesamt haben wir unser Ziel, 5 % Wasser im Vergleich zu 2016/17 einzusparen, bereits erfüllt. Daher hat sich METRO im Geschäftsjahr 2021/22 ein neues Wassereinsparziel gesetzt:</p> <p>Reduzierung des spezifischen Wasserverbrauchs im eigenen Geschäftsbetrieb um 10 % je Quadratmeter Nettobetriebsfläche bis 2030 ggü. dem Basisjahr 2020/21.</p>

CO₂ Reduktion im eigenen Geschäftsbetrieb

Verpflichtung/ Richtlinie/Position	Ziel
EV100 Initiative Verpflichtung	<p>Ausbau der Ladeinfrastruktur, einschließlich der Parkplätze der lokalen METRO-Märkte auf 1.000 Ladepunkte bis 2030.</p> <p>Förderung der Elektromobilität in der METRO-eigenen Fahrzeugflotte, um nahezu 100 % Verfügbarkeit von Elektro- oder hochwertigen Hybridfahrzeugen bis 2030 zu erreichen.</p>

CO₂-armer Lebensmittelsektor

Verpflichtung/ Richtlinie/Position	Ziel
CGF Verpflichtung zu Lebensmittel- verschwendung	<p>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.</p>
WRI 10x20x30 Verpflichtung: <u>Champion 12.3 - 10x20x30 Initiative zu Lebensmittel- verschwendung</u>	<p>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.</p>

METRO
Verpackungspolitik in
Bezug auf
Eigenmarken

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

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 FEAC-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 Einkaufspolitik für nachhaltiges Papier und Holz 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 in der Einkaufspolitik für nachhaltiges Papier und Holz wurde ebenfalls überprüft und auf das Jahr 2030 verschoben, um sie mit der übergreifenden Zielvorgabe der METRO AG in Übereinstimmung zu bringen.

Fleisch Einkaufspolitik in Bezug auf Eigenmarken

Die Fleischpolitik enthält keine eigenen Zielvorgaben, sondern stützt sich auf relevante Zielvorgaben aus bestehenden öffentlichen Metro Politiken, die mit der nachhaltigen Fleischbeschaffung zusammenhängen, z.B. die Soja- und Tierschutzpolitik.

Position zu Alternativen Proteinen

Der METRO-Ansatz für alternative Proteine umfasst drei Bereiche:

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:

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.

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.

Ethisches Verhalten und Vertrauen

**Verpflichtung/
Richtlinie/Position**

Ziel

Sozialstandard-Leitlinie in Bezug auf Eigenmarken

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.

METRO Gesundheits- und Ernährungspolitik in Bezug auf Eigenmarken

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

Ansatz zur nachhaltigen Beschaffung von Agrarrohstoffen in Bezug auf Eigenmarken

./.

Allgemeine Einkaufspolitik für nachhaltige Beschaffung in Bezug auf Eigenmarken

./.

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:

- nach einem der anerkannten Zertifizierungsstandard zertifiziert werden oder
- 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
- 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.

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 Politik aufgenommen (siehe unten).

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|NL|FR)

BE wurde aufgrund der Geschäftsaufgabe aus dem Konsolidierungskreis ausgeschlossen

- 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 wurde aufgrund der Geschäftsaufgabe aus dem Konsolidierungskreis ausgeschlossen.

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

Unsere Zielerreichung für West- und Südeuropa (DE|AT|IT|PT|ES|NL|FR) liegt zum Ende des GJ 2022 bei 69 %. In AT, DE, IT und den Niederlanden haben wir bereits ein 100 % käfigfreies Eigenmarkensortiment erreicht. In den übrigen Ländern, ES, FR und PT, bestehen die Herausforderungen auf den lokalen Märkten aufgrund der Vogelgrippe fort. Die Länder werden die Arbeit an ihren Aktionsplänen mit lokalen Lieferanten fortsetzen, sobald die Marktverfügbarkeit dies zulässt.

Einige Länder haben sich selbst kürzere Fristen gesetzt. So hat zum Beispiel PL bereits 100 % käfigfreie Eier umgesetzt, drei Jahre vor dem Zeitplan der METRO AG. TR hat sich ein Ziel für 2023 gesetzt, vier Jahre vor dem Zeitplan der METRO AG.

Position zu
Gentechnik

METRO verpflichtet sich dazu:

- Entsprechend den Anforderungen unserer Tierschutzpolitik 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 Politik wird derzeit überprüft. Im Geschäftsjahr 2021/22 hat noch keine Überarbeitung stattgefunden.

Position zu
Artenvielfalt

./.

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

./.

Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden

Entwicklung einer vielfältigen Belegschaft

**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.

GRI

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 2021/22
102-1 Name der Organisation	CRR: Impressum
102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22
102-3 Hauptsitz der Organisation	CRR: Impressum
102-4 Betriebsstätten	GB: Geschäftsmodell des Konzerns GB: Anteilsbesitz GB: Standortportfolio nach Ländern und Segmenten
102-5 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	CRR: Impressum GB: Aktionärsstruktur der METRO AG GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO
102-6 Belieferte Märkte	GB: Geschäftsmodell des Konzerns
102-7 Größe der Organisation	CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Mitarbeiter CRR: Kennzahlen – Unternehmen 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 – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Mitarbeiter CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Teilzeitquote 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

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
102-9 Lieferkette	<p>Mitarbeiter und weisungsgebundene Mitarbeiter von Vertragspartnern), unerheblich ist, wird er nicht ausgewiesen.</p> <p>CRR: Nachhaltigkeitsstrategie</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 2021/22 und Prognose</p> <p>Zusätzliche Informationen:</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</p> <p>CRR: ESG Prioritäten</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele</p>
102-12 Externe Initiativen	<p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele</p>
102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Mitgliedschaften in ausgewählten Organisationen</p>

Strategie

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	<p>CRR: Vorwort des Vorstands</p> <p>CRR: Nachhaltigkeitsstrategie</p> <p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</p> <p>CRR: Managementansatz</p> <p>CRR: ESG Prioritäten</p> <p>GB: Brief an die Aktionäre</p> <p>GB: Ziele und Strategie</p> <p>GB: Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen</p>

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
	GB: Nachtrags- und Prognosebericht
	GB: Chancen- und Risikobericht

Ethik und Integrität

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	CRR: Nachhaltigkeitsstrategie CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22 CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – Nachhaltige Personalstrategie GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Compliance – Einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen GB: Corporate Governance

Unternehmensführung

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
102-18 Führungsstruktur	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Nachhaltigkeit aktiv managen CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22 GB: Beratung und Überwachung im Dialog mit dem Vorstand GB: Arbeit der Ausschüsse GB: Bericht des Aufsichtsrats

Einbindung von Stakeholdern

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	Zusätzliche Informationen: CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22
102-41 Tarifverträge	CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion + Wohlbefinden – Arbeitnehmervertretung
102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	CRR: Nachhaltigkeitsstrategie Zusätzliche Informationen: Stakeholderbeziehungen – METRO Sustainable (metroag.de) Der Austausch mit Interessengruppen findet entlang der gesamten Wertschöpfungskette statt und berücksichtigt sowohl unsere Auswirkungen als auch die potenziellen Auswirkungen auf uns.
102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
	<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 2021/22</p> <p>CRR: Managementansatz</p> <p>CRR: ESG Prioritäten</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden – Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment</p>

Vorgehensweise bei der Berichterstattung

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	<p>GB: Geschäftsmodell des Konzerns</p> <p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</p> <p>GB: Anteilsbesitz</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Der METRO Corporate Responsibility Report 2021/22 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	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</p>
102-47 Liste der wesentlichen Themen	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</p>
102-48 Neudarstellung von Informationen	<p>CRR: Kennzahlen und Ziele</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</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	<p>CRR: Über diesen Bericht</p>
102-51 Datum des letzten Berichts	<p>CRR: Über diesen Bericht</p>
102-52 Berichtszyklus	<p>CRR: Über diesen Bericht</p>
102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	<p>CRR: Impressum</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	CRR: Über diesen Bericht
102-55	GRI-Inhaltsindex	CRR: GRI Content Index
102-56	Externe Prüfung	CRR: Über diesen Bericht CRR: Prüfvermerk zu diesem Bericht

Wesentliche Themen

Geschäftsethik und Transparenz

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Compliance – Einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22 Zusätzliche Informationen: Corporate Governance – METRO AG
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Compliance – Einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen Zusätzliche Informationen: Corporate Governance – METRO AG
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Compliance – Einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie von Kartellrechtsverstößen Zusätzliche Informationen: Corporate Governance – METRO AG
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	GB: Sonstige Rechtsangelegenheiten 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 2022. 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.

Verpackung und Plastik

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden – Verpackung und Kunststoff</p> <p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor (METRO Verpackungspolitik; Politik für Einwegplastik)</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden – Verpackung und Kunststoff</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor (METRO Verpackungspolitik; Politik für Einwegplastik)</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Kunden – Verpackung und Kunststoff</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor (METRO Verpackungspolitik; Politik für Einwegplastik)</p>
GRI 301: Materialien 2016		
301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	<p>Kennzahlen – Klima und CO₂ – Abfallaufkommen und Recyclingquote</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Kennzahlen – Klima und CO₂ – METRO Sustainable (metroag.de)</p>

Ressourceneffizienter Geschäftsbetrieb

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
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 2021/22</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-Reduktion im eigenen Geschäftsbetrieb</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-Reduktion im eigenen Geschäftsbetrieb</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
		CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-Reduktion im eigenen Geschäftsbetrieb CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-Reduktion im eigenen Geschäftsbetrieb
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-Reduktion im eigenen Geschäftsbetrieb CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-Reduktion im eigenen Geschäftsbetrieb
GRI 302: Energie 2016		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	CRR: Kennzahlen – Klima und CO₂ – Gesamtenergieverbrauch Zusätzliche Informationen: 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 28.000 MWh von METRO Frankreich für Biogas im Geschäftsjahr 2021/22.

Management von Lebensmittelabfällen

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22 CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor (CGF Verpflichtung zu Lebensmittelverschwendung; WRI 10x20x30 Verpflichtung; Champion 12.3 – 10x20x30 Initiative zu Lebensmittelverschwendung)
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange – Reduzierung von Lebensmittelabfällen CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor (CGF Verpflichtung zu Lebensmittelverschwendung; WRI 10x20x30 Verpflichtung; Champion 12.3 – 10x20x30 Initiative zu Lebensmittelverschwendung)
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange – Reduzierung von Lebensmittelabfällen CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor (CGF Verpflichtung zu Lebensmittelverschwendung; WRI 10x20x30 Verpflichtung; Champion 12.3 – 10x20x30 Initiative zu Lebensmittelverschwendung)

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
		Champion 12.3 – 10x20x30 Initiative zu Lebensmittelverschwendung
GRI 306: Abfall 2020		
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	<p>CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂ – CO₂-armer Lebensmittelsektor</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange</p>
306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	<p>CRR: Kennzahlen – Klima und CO₂ – Abfallaufkommen und Recyclingquote</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Umweltbelange</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>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</p> <p>CRR: Kennzahlen – Klima und CO₂ – Abfallaufkommen und Recyclingquote</p> <p>CRR: Kennzahlen – Klima und CO₂ – Lebensmittelverschwendung</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Aufgrund eines Cyber-Angriffs war es uns systemseitig nicht möglich, noch innerhalb des Aufstellungszeitraums des CR-Berichts auf die Lebensmittelabfall-Daten zuzugreifen und diese der Prüfung durch einen Wirtschaftsprüfer zu unterziehen. Sobald die Daten wieder zugänglich sind, werden die entsprechenden Informationen auf unserer Website unter „Kennzahlen und Ziele -> Klima und CO₂“ veröffentlicht.</p>

Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltiges Sortiment

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
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 2021/22</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p>
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>CRR: ESG Prioritäten – Klima und CO₂</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Klima und CO₂</p>

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
	CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Ethisches Verhalten und Vertrauen GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Kunden - Gesunde und nährstoffreiche Produkte
103-3 Beurteilung des Managementansatzes	CRR: ESG Prioritäten - Klima und CO₂ CRR: ESG Prioritäten - Ethisches Verhalten und Vertrauen CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Klima und CO₂ CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Ethisches Verhalten und Vertrauen GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Kunden - Verantwortungsvolle Beschaffung und nachhaltigeres Sortiment GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Kunden - Gesunde und nährstoffreiche Produkte
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 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22 GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange
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	CRR: Kennzahlen - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden - Mitarbeiter nach Geschlecht CRR: Kennzahlen - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden - Mitarbeiter nach Altersgruppen CRR: Kennzahlen - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden - Fluktuation nach Geschlecht CRR: Kennzahlen - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden - Fluktuation nach Alter

Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</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>
103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</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>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Wir berichten über 23 Länder. Wir erheben keine Informationen über das Geschlecht der Mitarbeiter. Wir berechnen keine Abwesenheitsquote, da dieses Thema nicht mit der Sicherheit, sondern mit der Personalabteilung zusammenhängt.</p>
103-3 Beurteilung des Managementansatzes	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</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>
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	
403-1 Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	<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, aus der Abteilung Corporate Security, Safety and Forensics. • 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 Gap-Analyse des Managementsystems für die Sicherheit am Arbeitsplatz erreicht. Diese führt zur Entwicklung eines Aktionsplans zur Verbesserung des Managementsystems für die Sicherheit am Arbeitsplatz.</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
403-2	Gefahren-identifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Die Verfahren zur Ermittlung von Gefahren, der Risikobewertung und der 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	Arbeitsmedizinische Dienste	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Für die 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 besonderen Büromöbeln oder Arbeitsmitteln aus gesundheitlichen Gründen ist es notwendig, dass Mitarbeiter Atteste oder Rechnungen für die 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	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Menschenrechte – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz – Sicherheit steht immer an erster Stelle</p>
403-5	Mitarbeiter-schulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	<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 Assistent Program, über das Beschäftigte z.B. einen schnelleren Zugang zu Fachärzten erhalten können.</p>
403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	<p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Menschenrechte – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz – Sicherheit steht immer an erster Stelle</p>
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	<p>CRR: Kennzahlen und Ziele – Menschenrechte – LTIFR</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Arbeitnehmerbelange – KPIs für Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit</p> <p>Zusätzliche Informationen:²</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</p>

GRI Indikator

Link/Kommentar 2021/22

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.

METRO LTIFR FY 21/22:

Arbeitsstunden ¹	Todesfälle	LWDC	LTI = Todesfälle+LWDC	LTIFR = (LTI/Arbeitsstunden) x 1.000.000
146.545.643,39	0	1065	1065	7,27

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.

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.

[Menschenrechte - Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz - Sicherheit steht immer an erster Stelle](#)

Mitarbeitervielfalt und -inklusion

GRI Indikator

Link/Kommentar 2021/22

GRI 103: Managementansatz 2016

103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung

[CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22](#)

[GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange - Vielfalt und Inklusion](#)

[CRR: ESG Prioritäten - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden](#)

[CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden](#)

[GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange - Vielfalt und Inklusion](#)

[GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange - Chancengleichheit im Beruf](#)

103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile

[GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange - Vielfalt und Inklusion](#)

[CRR: ESG Prioritäten - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden](#)

[CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden](#)

103-3 Beurteilung des Managementansatzes

[GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Arbeitnehmerbelange - Vielfalt und Inklusion](#)

[CRR: ESG Prioritäten - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden](#)

[CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele - Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden](#)

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	
405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	<p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Geschlechterverteilung in Führungspositionen</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Geschlechterverteilung in Führungspositionen in Umsatz generierende Funktionen</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Führungskräfte nach Alter</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Anzahl Nationalitäten bei Führungskräften</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Mitarbeiter</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Mitarbeiter nach Altersgruppen</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Mitarbeiter nach Altersgruppen</p> <p>CRR: Kennzahlen – Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden – Anzahl Nationalitäten</p>

Menschenrechte

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</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: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Ethisches Verhalten und Vertrauen</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>

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Sozialbelange – Globale Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette</p> <p>CRR: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Ethisches Verhalten und Vertrauen</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: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Grundsätze zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft</p> <p>amfori BSCI Code of Conduct</p>

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</p> <p>Zusätzliche Informationen:</p> <p>Soziale Kriterien bilden ein allgemeines Vertragselement (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>
---	--

Gesunde und nährstoffreiche Produkte

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
	<p>CRR: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht – Nachhaltigkeit</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: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht – Nachhaltigkeit</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: ESG Prioritäten – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>CRR: Verpflichtungen, Positionen und Ziele – Ethisches Verhalten und Vertrauen</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht – Nachhaltigkeit</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 – Ethisches Verhalten und Vertrauen – Bio- und nachhaltige Produkte</p> <p>GB: Chancen- und Risikobericht – Nachhaltigkeit</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>
---	---

Datenschutz und Datensicherheit

GRI Indikator	Link/Kommentar 2021/22
GRI 103: Managementansatz 2016	
103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<p>CRR: Wesentlichkeitsanalyse 2021/22</p> <p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG – Unternehmensethik und Transparenz – Schutz personenbezogener Daten</p> <p>Zusätzliche Informationen: METRO ist im Oktober 2022 Opfer eines Cyberangriffs</p>

GRI Indikator		Link/Kommentar 2021/22
		geworden, der zu einem teilweisen Ausfall der IT-Systeme geführt hat. Weitere Erläuterungen zum Sachverhalt sind im Zusammengefassten Lagebericht des Geschäftsberichts unter „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“ mit aufgeführt.
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Unternehmensethik und Transparenz - Schutz personenbezogener Daten</p> <p>Zusätzliche Informationen: METRO ist im Oktober 2022 Opfer eines Cyberangriffs geworden, der zu einem teilweisen Ausfall der IT-Systeme geführt hat. Weitere Erläuterungen zum Sachverhalt sind im Zusammengefassten Lagebericht des Geschäftsberichts unter „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“ mit aufgeführt.</p>
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<p>GB: Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der METRO AG - Unternehmensethik und Transparenz - Schutz personenbezogener Daten</p> <p>Zusätzliche Informationen: METRO ist im Oktober 2022 Opfer eines Cyberangriffs geworden, der zu einem teilweisen Ausfall der IT-Systeme geführt hat. Weitere Erläuterungen zum Sachverhalt sind im Zusammengefassten Lagebericht des Geschäftsberichts unter „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“ mit aufgeführt.</p>
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016		
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	<p>Gründe der Auslassung:</p> <p>Das Thema des Schutzes personenbezogener Daten ist für METRO wesentlich, dennoch berichten wir nicht öffentlich über begründete Beschwerden über Verletzungen der Kundendaten und Verluste von Kundendaten aus internen Gründen der Einhaltung der Geheimhaltungspflicht.</p>

ÜBER DIESEN BERICHT

ÜBER DIESEN BERICHT

Transparente Berichterstattung

Der vorliegende Corporate Responsibility Bericht 2021/22 wurde in Übereinstimmung mit den GRI Standards: Option Kern erstellt. Den GRI Content Index finden Sie [hier](#).

Berichtszeitraum

Der Berichtszeitraum umfasst das Geschäftsjahr 2021/22 (1. Oktober 2021 bis 30. September 2022). Zur Fortschreibung von Entwicklungen wurden auch Informationen integriert, die sich auf Zeiträume vor 2021/22 beziehen. Zudem wurden aus Gründen der Aktualität Sachverhalte berücksichtigt, die bis Redaktionsschluss (12. Dezember 2022) 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 2020/21 wurde ein [Corporate Responsibility Fortschrittsbericht](#) erstellt, der am 15. Dezember 2021 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 ist nicht mehr Teilnehmer des United Nations Global Compact (UNGC), dem weltweiten Pakt zur Förderung universeller Nachhaltigkeitsprinzipien unter dem Dach der Vereinten Nationen. Daher geben wir keinen Bericht zu den UNGC Prinzipien mehr ab.

Externe betriebswirtschaftliche Prüfung des CR Reports 2021/22

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](#) einsehbar.

Disclaimer

Dieser Corporate Responsibility Report 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 Report 2021/22 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 Report 2021/22“ (im Folgenden „Bericht“) der METRO AG, Düsseldorf (im Folgenden „Gesellschaft“), für den Zeitraum 1. Oktober 2021 bis 30. September 2022, veröffentlicht online unter www.metroag.de/cr-bericht-2021-22, 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 2021 bis 30. September 2022 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 sowie an dem Standort METRO Italia Cash and Carry S. P. A. und Makro Cash and Carry Polska S.A. 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 Report 2021/22“ der METRO AG, veröffentlicht unter www.metroag.de/cr-bericht-2021-22, für den Zeitraum vom 1. Oktober 2021 bis 30. September 2022 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.

Düsseldorf, den 13. Dezember 2022

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Stauder
Wirtschaftsprüfer

Brokof
Wirtschaftsprüferin

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

METRO AG
Schlüterstraße 1
40235 Düsseldorf
Deutschland

METRO AG IM INTERNET

www.metroag.de

www.responsibility.metroag.de

CORPORATE RESPONSIBILITY TEAM

Ivonne Bollow
Nina von Radowitz
Chantal Wagner
u.v.m.

cr@metro.de

ONLINE-DESIGN, KONZEPT UND UMSETZUNG

[nexxar GmbH](#), Wien

Veröffentlicht am 14. Dezember 2022

